

PRODUKSI *HATE SPEECH* DALAM MEDIA SOSIAL : KASUS *HATE SPEECH* TERHADAP PRESIDEN JOKO WIDODO MENJELANG PEMILU 2019

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Politik Pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Dengan Peminatan Governance Ilmu Politik



Oleh:

ABRAHAM YOHANES SOEWARTO

NIM. 145120500111013

PROGRAM STUDI ILMU POLITIK

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

MALANG

2018

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PRODUKSI *HATE SPEECH* DALAM MEDIA SOSIAL : KASUS *HATE SPEECH* TERHADAP PRESIDEN JOKO WIDODO MENJELANG PEMILU 2019

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Abraham Yohanes Soewarto

145120500111013

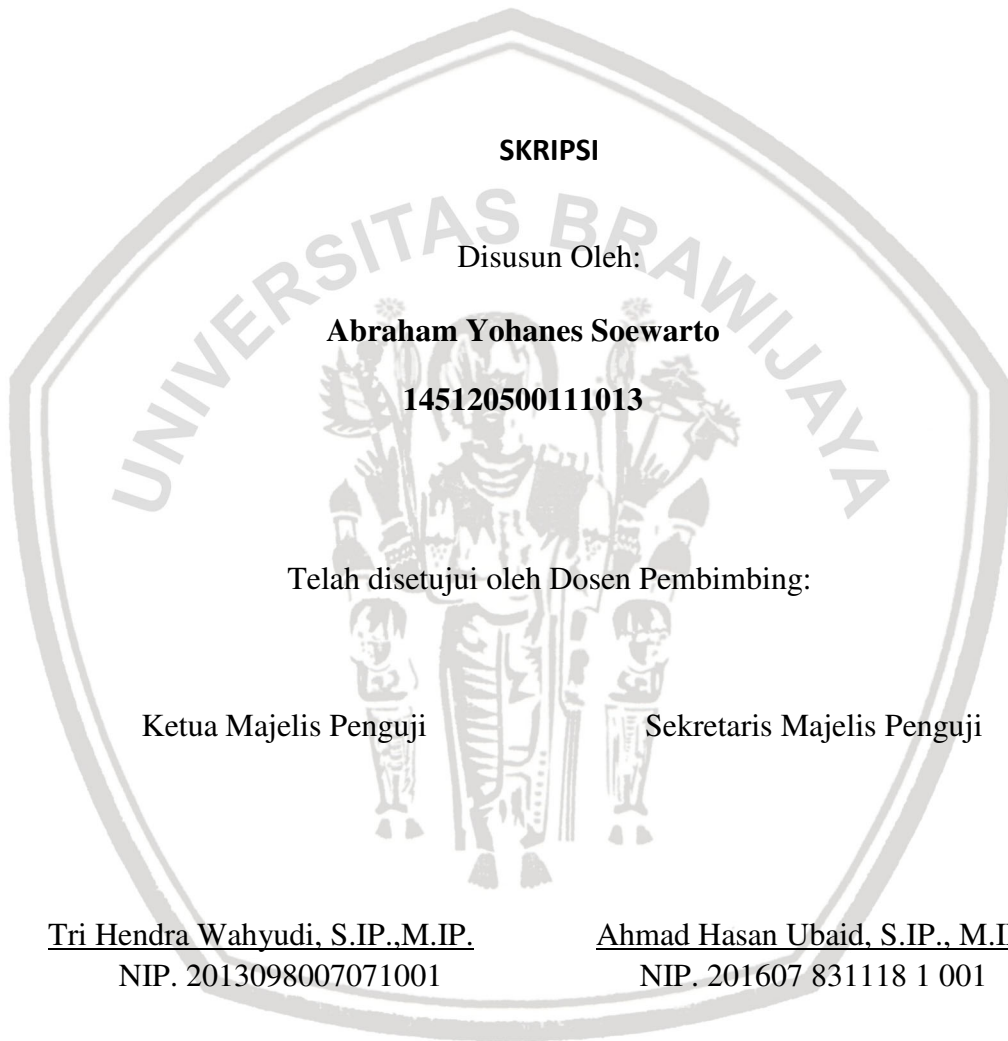
Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Ketua Majelis Penguji

Sekretaris Majelis Penguji

Tri Hendra Wahyudi, S.IP., M.IP.
NIP. 2013098007071001

Ahmad Hasan Ubaid, S.IP., M.IP.
NIP. 201607 831118 1 001



TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PRODUKSI *HATE SPEECH* DALAM MEDIA SOSIAL : KASUS *HATE SPEECH* TERHADAP PRESIDEN JOKO WIDODO MENJELANG PEMILU 2019

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Abraham Yohanes Soewarto

145120500111013

Telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam Ujian Komprehensif

Pada tanggal 26 September 2018

Tim Penguji

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang

Tri Hendra Wahyudi.,S.IP.,M.IP

NIP. 2013098007071001

Anggota Penguji I

Ahmad Hasan Ubaid, S.IP.,M.IP.

NIP. 201607 831118 1 001

Anggota Penguji II

Wawan Sobari,S.IP.,MA.,Ph.D

Ibnu Asqori Pohan,S.Sos.,MA

Malang, 26 September 2018

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Prof. Unti Ludigdo, SE., M.Si., AK.

NIP. 196908141994021001

HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI

Nama: Abraham Yohanes Soewarto

NIM. 145120500111013

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

**PRODUKSI *HATE SPEECH* DALAM MEDIA SOSIAL : KASUS *HATE SPEECH*
TERHADAP PRESIDEN JOKO WIDODO MENJELANG PEMILU 2019**

Adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Malang, 18 Oktober 2018

Pembuat Pernyataan,

Abraham Yohanes Soewarto

145120500111013

KATA PENGANTAR

“Tetapi dengan teguh berpegang kepada kebenaran di dalam kasih kita bertumbuh di dalam segala hal ke arah Dia, Kristus, yang adalah Kepala- Efesus 4:15”.

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus karena atas berkat dan rahmat- Nya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Produksi *Hate Speech* Dalam Media Sosial : Kasus *Hate Speech* Terhadap Presiden Joko Widodo Menjelang Pemilu 2019”** dengan sebaik- baiknya. Melihat keadaan dalam proses penyusunan Skripsi ini, tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

- TUHAN YESUS KRISTUS yang telah merencanakan segala sesuatu tepat dan indah pada waktunya, penyertaanMu sempurna.
- Papa Henry Soewarto dan Mama Linda Soewarto kedua orang terdepan yang selalu berdoa untuk peneliti, kedua orang yang tiada habis-habisnya memberikan dukungan dan kedua orang yang peneliti kasihi.
- Bapak Prof. Dr. Unti Ludigo, Ak. selaku Dekan FISIP Universitas Brawijaya.

- Bapak Dr. Sholih Mu'adi, M.Si. selaku Ketua Jurusan Politik Pemerintahan Hubungan Internasional FISIP Universitas Brawijaya.
- Bapak Mohammad Fajar Shodiq Ramadhan, S.Ip., M.Ip. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
- Bapak Tri Hendra Wahyudi, S.Ip.,M.Ip. dan Bapak Ahmad Hasan Ubaid, S.Ip., M.Ip. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membina dan mengayomi penulis hingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
- Bapak Wawan Sobari,S.Ip.,MA.,Ph.D dan Bapak IbnuAsqori Pohan,S.Sos.,MA. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan yang membangun untuk Skripsi penulis.
- Seluruh dosen pengajar Program Studi Ilmu Politik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya yang selalu membina dan memberikan ilmu kepada penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini dan telah memberikan kontribusi ilmu dalam menambah wawasan dan cara berpikir yang dapat dijadikan bekal dalam penyelesaian laporan ini.
- Keluarga Besar BUYUNK UPIK Abiyyu Alif Ramadhan, Adib Rahman, Andreas Lamhot, Fahrianto Muhammad, Ditha Fathiana, Dizky Adelina, Juliansyah Zulham, Nazula, dan Ronal Rinaldi “Through Good Or Bad Times Always Stick Together”.
- Seluruh Keluarga Gereja di Malang, Saudara sepeertinggalan

BroHouse BLTR 11-18

- Seluruh bagian dari RUN MALANG RUN dan UBR
Terimakasih sudah memberikan pelajaran berarti bagi penulis,
teruslah menyebarkan virus positif ini good blees you guys.
- Mas Moses, Ci Step, Mas Ritwan, Mbak Ine dan REX
terimakasih atas dukungannya, kiranya Tuhan Yesus memberkati
pelayanan kalian.
- Keluarga Gmnl Fisip Brawijaya
- Seluruh Pihak yang tidak dapat disebutkan yang telah banyak
menolong peneliti selama di Malang.

“Tuhan, ini aku. Pakai aku bagi perluasan kerajaanMu”

Malang, 19 Oktober 2018

Penulis

Abstrak

Abraham Yohanes Soewarto, 2018, Produksi *Hate Speech* dalam media sosial: Kasus *Hate Speech* Terhadap Joko Widodo Menjelang Pemilu 2019. Tim Pembimbing : Tri Hendra Wahyudi, S.IP., M.IP dan Ahmad Hasan Ubaid, S.IP., M.IP.

Dewasa ini media sosial telah banyak berpengaruh terhadap masyarakat Indonesia, bahkan hampir seluruh masyarakat Indonesia memiliki media sosial. Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia tidak hanya memiliki dampak positif bagi pengguna akan tetapi juga memiliki dampak negatif, salah satu dampak negatif dari pesatnya perkembangan media sosial adalah adanya ujaran kebencian terhadap seseorang atau kelompok tertentu yang dilakukan di media sosial.

Penelitian ini membahas tentang *Hate Speech* dalam media sosial dengan studi kasus pengaruh ujaran kebencian terhadap Joko Widodo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang ditujukan untuk mengeksplorasi dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang efek dan pola dari ujaran kebencian dalam kasus ini. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa ujaran kebencian yang dilakukan di media sosial Facebook dan Instagram memiliki pola pembuatan dan penyebaran ujaran kebencian yang jelas. Sedangkan di pihak Joko Widodo, ujaran kebencian yang terjadi terhadap Joko Widodo untuk saat ini tidak banyak berpengaruh terhadap elektabilitas Joko Widodo menjelang pemilu 2019 akan tetapi jika ujaran kebencian tersebut dibiarkan maka akan memiliki potensi untuk menurunkan elektabilitas Joko Widodo. Mengatasi hal tersebut penanganan dari komunitas politik disekitar Joko Widodo sangat dibutuhkan demi menjaga elektabilitas Joko Widodo menjelang pemilu 2019.

Kata Kunci : Komunikasi Politik, Media Sosial, Ujaran Kebencian

Abstract

Abraham Yohanes Soewarto, 2018 Production Hate Speech in Social Media : The Study of Hate Speech towards President Joko Widodo approaching the 2019 General Election. Supervisor team : Tri Hendra Wahyudi, S.IP., M.IP and Ahmad Hasan Ubaid, S.IP., M.IP.

These days, social media has much influenced the Indonesian people, even almost everyone has his own social media. The vast number of social media users in Indonesia not only give a positive impact for its users but also the negative one. One of the negative impact from the fast growth of social media is the emergence of hate speech towards certain persons or certain groups which are done in social media.

This study discuss about hate speech in social media with the case study the impact of the speech towards Joko Widodo. This study uses a qualitative approach which is aimed to explore and achieve a deep understanding about the effect and the patterns of hate speech. The result of the study found out that hate speech done in social media such as Facebook and Instagram had a clear pattern in creating and sharing. Meanwhile, on the side of Joko Widodo , the hate speech that are addressed to him do not have a significant influence on his electability approaching the 2019 General Election. However, if there is not any handling towards the hate speech , there may be a potential of decrease in Joko Widodo's electability. To cope with this matter, the right handling from political community around Joko Widodo is indispensable to maintain Joko Widodo electability toward 2019 General Election.

Key words : Political Communication, Social Media, Hate Speech.

Daftar Isi

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	2
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	2
HALAMAN ORISINALITAS SKRIPSI	3
KATA PENGANTAR.....	i
Abstrak	iv
Abstract.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 <i>Teori Agenda Setting (Agenda Setting Theory)</i>	8
2.2 Batasan dan Definisi Konseptual	13
2.2.1 Ujaran Kebencian.....	13
2.2.2 Kampanye Hitam	14
2.2.3 Media Sosial.....	15
2.3 Penelitian Terdahulu	17
2.3.1 <i>Free vs hate speech on social media: the Indian perspective</i>	17
2.3.2 <i>Rhetorical construction of political leadership in social media</i>	18
2.3.3 <i>Coherent campaigns? Campaign broadcast and social messaging</i>	19

2.3.4	<i>Political Polarization based on Religious Identities: Emperical Evidence from the 2017 Jakarta Gubernatorial Election</i>	20
2.4	Kerangka Berpikir.....	24
BAB III	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Fokus Penelitian.....	27
3.3	Lokasi Penelitian.....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5	Instrumen Penelitian	31
3.6	Sumber Data.....	33
3.7	Metode Pemilihan Informan	35
3.8	Metode Analisis Data.....	38
3.9	Metode Keabsahan Data	40
BAB IV	42
GAMBARAN UMUM	42
4.1	Pengguna Internet di Indonesia.....	42
4.2	Pengguna Media Sosial di Indonesia	46
4.3	Jenis Isu Yang Tersebar	50
BAB V	54
PEMBAHASAN	54
5.1	Ujaran Kebencian Terhadap Joko Widodo	54
5.2	Pola Ujaran Kebencian terhadap Joko Widodo	60
5.3	<i>Respond</i> Komunitas Politik Joko Widodo terhadap Ujaran Kebencian.....	73
BAB VI	77
KESIMPULAN	77
6.1	Kesimpulan	77
6.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Model Agenda Setting.....	14
Gambar 4.1 Jumlah pengguna internet di indonesia.....	44
Gambar 4.2 10 negara pengguna instagram terbesar.....	50
Gambar 4.3 10 Negara Pengguna Facebook Terbanyak.....	50
Gambar 4.4 Contoh Isu Ujaran Kebencian Kepada Jokowi.....	52
Gambar 5.1 Isu kepada Joko Widodo.....	64
Gambar 5.2 Contoh Gambar Ujaran Kebencian Terhadap Jokowi.....	65
Gambar 5.3 Contoh Video Ujaran Kebencian di Media Sosial.....	67
Gambar 5.4 Hasil UCINET.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	25
Tabel 3.1 Fokus Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Daftar Informan.....	38
Tabel 4.1 Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Penetrasi Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Internet..	46
Tabel 4.3 Pengguna Internet Berdasarkan Gender.....	47
Tabel 4.4 Layanan Yang Diakses Masyarakat.....	49
Tabel 4.5 Jenis-jenis isu yang tersebar.....	53
Tabel 5.1 Daftar Ujaran Kebencian Terhadap Joko Widodo.....	58
Tabel 5.2 Pola Ujaran Kebencian di Media Sosial.....	61
Tabel 5.3 Tahap penyebaran ujaran kebencian.....	62
Tabel 5.4 Jumlah Ujaran Kebencian.....	65
Tabel 5.5 Akun Penyebar Ujaran Kebencian Kepada Jokowi.....	69
Tabel 5.6 Contoh aktor penyebar ujaran kebencian.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dibukanya arus demokratisasi di Indonesia pasca jatuhnya rezim orde baru menyebabkan pemilihan umum dilakukan secara langsung. Adanya pemilihan umum secara langsung merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan negara dan juga untuk memberikan jaminan terpenuhinya hak-hak sipil dan politik sesuai prinsip demokrasi. Di negara demokrasi, pemilihan umum dianggap sebagai lambang, sekaligus tolak ukur, dari demokrasi itu.¹ Selain itu, pemilu sangat sejalan dengan demokrasi secara substansi atau demokrasi substansial, yakni demokrasi dalam pemerintahan yang diselenggarakan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat.² Pemilihan umum secara langsung membuat para aktor politik berlomba-lomba untuk mencari simpati dan dukungan dari masyarakat.

Proses politik dimana para aktor berlomba-lomba mencari simpati dari masyarakat dapat disebut dengan sebutan kampanye. Kampanye ialah sebuah upaya yang diorganisasi oleh satu kelompok (agen perubahan) yang ditujukan untuk memersuasi target sasaran agar bisa menerima, memodifikasi atau

¹ Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), hal 461.

² A.A Sahid Gatara, *Ilmu Politik Memahami dan Menerapkan*, (Bandung:Pustaka Setia, 2009), hal 207.

membuang ide, sikap dan perilaku tertentu.³ Di Indonesia, kampanye banyak digunakan sebagai ajang untuk membangun citra para aktor-aktor politik tersebut dengan beragam cara mulai dari memakai media cetak sampai melakukan aksi dijalan-jalan. Dewasa ini kampanye yang dilakukan oleh para aktor-aktor politik adalah dengan menggunakan media sosial.

Dalam proses membangun citra dan mencari simpati dari masyarakat maka para aktor politik menggunakan beragam cara untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu cara yang digunakan oleh para aktor politik tersebut adalah dengan memanfaatkan peran dari media baru. Media baru sering diidentikkan dengan internet, dan memiliki sifat yang konvergen, memiliki jaringan digital, interaktif dan komunikatif yang berlangsung dari banyak pihak ke pihak lainnya.⁴ Salah satu contoh dari media baru pada masa kini adalah media sosial karena sesuai dengan sifat dan pengertian media baru itu sendiri. Media sosial bersifat konvergen, interaktif dan komunikatif. Media sosial juga memiliki banyak pengguna sehingga pemanfaatan media sosial ini menjadi cara yang baru sekaligus cara yang menghemat pengeluaran biaya calon karena menggunakan media sosial cenderung gratis tanpa biaya.

Dewasa ini media sosial digunakan sebagai alat untuk menjaga dan membangun eksistensi mereka di masyarakat. Salah satu media sosial yang aktif digunakan oleh para aktor politik saat ini dalam menjaga eksistensinya adalah

³ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Sasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal 245.

⁴ Gun Gun Heryanto, Irwa Zarkasy, *Public Relations Politik*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012), hal 69.

media sosial instagram. Instagram sebagai bagian dari media sosial menawarkan kemudahan dalam membagikan informasi melalui gambar dan video dengan cara yang cepat dan mudah. Instagram yang memiliki berjuta-juta pengguna dinilai memiliki pengaruh yang kuat akan tetapi seringkali media sosial Instagram digunakan oleh beberapa oknum untuk menyebarkan informasi-informasi yang mengandung ujaran kebencian. Ujaran kebencian ini bisa ditujukan kepada personal maupun kelompok tertentu dan sudah pasti ujaran kebencian ini akan menyebabkan konflik baru. Sesuai dengan ketentuan pemerintah yang diatur dalam UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik) atau dalam Undang-undang no 11 tahun 2008 bahwa ujaran kebencian merupakan tindakan yang melanggar hukum di Indonesia dan merupakan sebuah hal yang merusak persatuan dan kesatuan negara. Didalam undang-undang ITE dijelaskan bahwa pencemaran nama baik merupakan sebuah tindakan kejahatan oleh karena itu ujaran kebencian yang didalamnya terdapat pencemaran nama baik entah melalui fitnah, berita palsu, meme yang menjelekkkan seseorang termasuk tindak kejahatan.

Salah satu aktor di Indonesia yang seringkali menjadi korban dari ujaran kebencian di media sosial instagram adalah sosok Presiden Joko Widodo (Jokowi). Ujaran kebencian ini terlihat dari beberapa akun instagram seperti @suararakyat.23, @mahadewi161, @macan.media.id. Akun-akun instagram tersebut seringkali membuat dan menyebarkan isu-isu Presiden Joko Widodo memiliki kedekatan dengan Partai Komunis Indonesia (PKI) dan berbagai isu negatif lainnya yang berbau SARA dan berita-berita bohong yang disebar di akun-akun instagram tersebut.

Ujaran kebencian yang ada pada media sosial instagram dapat dikategorikan sebagai salah satu kampanye gelap atau apanye negatif. Kampanye gelap adalah kampanye yang dilakukan oleh suatu pihak untuk menyerang lawannya dengan meniup isu bohong, informasi yang sengaja diedarkan lebih banyak bohongnya daripada benarnya.⁵ *Black campaign* juga bisa diartikan sebagai kampanye kotor untuk menjatuhkan lawan dengan menggunakan isu negatif tidak berdasar. Dahulu “*Black Campaign*” juga dikenal sebagai whispering campaign melalui mulut ke mulut, kemudian lebih canggih lagi dengan menggunakan media elektronik. Secara umum *Black Campaign* memiliki ciri yang sangat pokok yaitu lebih banyak bual dari pada fakta. Akan tetapi, ada kemungkinan terdapat satu atau dua fakta, tetapi itu akan diolah sedemikian rupa untuk dilontarkan dan untuk mempengaruhi opini publik kearah yang negatif. *Black Campaign* bisa merupakan serangan terbuka, metode ini sangat mudah dikenali dan berniat menjatuhkan lawan.⁶

Proses ujaran kebencian yang juga termasuk dalam kategori *black campaign* sering digunakan oleh para aktor politik untuk menjatuhkan lawannya. Seperti yang terjadi di Amerika serikat dimana pada pemilu legislatif 2006 Presiden AS (saat itu) George W. Bush melakukan kampanye dengan mengajak masyarakat Amerika untuk tidak memilih partai demokrat. Karena menurut Bush apabila partai demokrat menang dalam pemilu legislatif maka itu adalah

⁵ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hal 318.

⁶ *Ibid.* Diakses pada 28 Desember 2017 pukul 08.15.

kemenangan untuk para teroris.⁷ Proses kampanye yang seperti demikian adalah masuk dalam kategori black campaign.

Presiden Joko Widodo secara langsung menyatakan sikap akan maju dalam pemilihan presiden Indonesia 2019. Munculnya fenomena ujaran kebencian yang ditujukan kepada Presiden Joko Widodo tentu secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi terhadap elektabilitasnya. Seperti yang terjadi dalam pemilihan umum di Amerika Serikat pada tahun 2008 dimana salah satu calon presiden (Barrack H Obama-Mc Cain) mendapat isu-isu ujaran kebencian yang berbau rasial dan agama. Bahkan ketika Obama dikaitkan dengan tokoh teroris William Ayers, ada pendukung Republik berteriak “Bunuh dia (Obama), dia teroris”.⁸ Hal seperti ini dipergunakan untuk melemahkan elektabilitas calon agar masyarakat menjadi tidak mau memilih dan berakibat pada kalah dalam pemilihan. Maka dari itu dalam penelitian kali ini peneliti akan membahas mengenai penyebaran ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Presiden Joko Widodo menuju pilpres 2019.

Penelitian ini lebih dalam akan membahas mengenai pola ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019. Adanya isu-isu negatif yang bertebaran di media sosial khususnya instagram mengenai Joko Widodo yang dikaitkan dengan berbagai macam fitnah tentu memiliki pengaruh terhadap dirinya dalam persiapan

⁷ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hal 321.

⁸ *Ibid*.hal 322.

pemilihan presiden pada tahun 2019 yang akan datang. Peneliti memilih pola ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019 karena kasus ini masih jarang terjadi di Indonesia, khususnya dalam acara pesta demokrasi terbesar di Indonesia saat ini. Maka dari itu pola ujaran kebencian di media sosial ini menarik untuk diteliti, karena jika ujaran kebencian ini terus dibiarkan keberadaanya di media sosial dan dapat dikonsumsi umum maka hal ini akan memiliki efek yang negatif terhadap masa depan bangsa Indonesia. Melihat efek bahaya dari *black campaign* tersebut maka perlu ada penelitian mengenai efek dari ujaran kebencian terhadap elektabilitas aktor politik. Khususnya di Indonesia yang dalam beberapa waktu kedepan akan mengadakan pesta demokrasi pemilihan presiden pada tahun 2019 nanti.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pola ujaran kebencian terhadap Presiden Joko Widodo di media sosial instagram dan facebook?
2. Bagaimana respon dari kubu Joko Widodo dalam mengatasi ujaran kebencian yang terjadi di media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana pola ujaran kebencian di media sosial facebook dan instagram yang menyerang Presiden Joko Widodo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan bagi program studi ilmu politik khususnya dalam komunikasi politik dan pola ujaran kebencian sebagai salah satu bagian dari kampanye negatif.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Dapat memberikan informasi mengenai pola ujaran kebencian di media sosial intagram terhadap Joko Widodo.
2. Dapat memberikan pandangan dan rekomendasi mengenai pola ujaran kebencian di media sosial instagram.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

Dalam melihat pola ujaran kebencian terhadap Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019 maka penulis menggunakan teori komunikasi politik agenda setting oleh Maxwell McCombs dan Donald L Shaw. Ujaran kebencian yang terjadi merupakan salah satu bagian dari komunikasi politik.

2.1.1 *Teori Agenda Setting (Agenda Setting Theory)*

Komunikasi politik merupakan sebuah ilmu yang berhubungan antara komunikasi dan politik yang berakar pada ilmu politik. Hingga saat ini komunikasi politik lebih dikenal di beberapa kalangan dengan sebutan propaganda, istilah ini berkembang pada tahun 1922 setelah adanya penelitian yang dilakukan oleh Ferdinand Tonnies dan Walter Lippman tentang opini publik pada masyarakat.

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Maxwell McCombs dan Donald L Shaw pada tahun 1973. Teori ini terbentuk karena ketertarikan kedua peneliti untuk melihat apakah pendapat para pemilih mengenai isu-isu yang dipandang sangat penting dibentuk oleh besarnya pemberitaan mengenai isu-isu tersebut, dari

riset itu muncullah korelasi antara isu yang diberitakan oleh media dengan isu yang dianggap penting oleh pemilih.⁹

Pengertian dari komunikasi politik adalah suatu bidang yang menelaah perilaku dan kegiatan komunikasi yang bersifat politik, mempunyai akibat politik, atau berpengaruh terhadap perilaku politik.¹⁰ Dalam buku *Introduction to Political Communication* McNair berpendapat bahwa, komunikasi politik adalah murni membicarakan tentang alokasi sumber daya publik yang memiliki nilai, apakah itu nilai kekuasaan atau nilai ekonomi, petugas yang memiliki kewenangan untuk memberi kekuasaan dan keputusan dalam pembuatan undang-undang atau aturan, apakah itu legislatif atau eksekutif, serta sanksi-sanksi, apakah itu dalam bentuk hadiah atau denda.¹¹

Komunikasi politik memiliki hakekat yaitu menggunakan seluruh sumber daya komunikasi (manusia, infrastruktur, maupun piranti lunak) untuk mendorong terwujudnya sistem politik yang mengusung demokrasi. Jadi dalam penerapan komunikasi politik digunakan secara baik dan benar agar mewujudkan cita-cita demokrasi yang sesungguhnya, baik pihak yang menang (memimpin) maupun pihak yang kalah dapat secara bersama-sama membangun demokrasi yang sesuai cita-cita.

Didalam komunikasi politik terdapat lima unsur yang membentuk komunikasi politik tersebut yaitu: sumber (komunikator), pesan, media atau

⁹ Ibid, hal 100.

¹⁰ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hal 29.

¹¹ McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*, (New York-London: Routledge Taylor & Francis Group, 2003).

saluran, penerima dan efek.¹² Sumber atau komunikator dalam komunikasi politik biasanya adalah mereka yang memiliki pengaruh kepada masyarakat dan yang mengetahui informasi yang berbau politik, misalnya pemerintah (Presiden, DPR, MPR, Bupati dll) atau juga Lembaga Swadaya Masyarakat.

Unsur selanjutnya didalam komunikasi politik adalah pesan politik. Dalam penerapannya, pesan politik dapat kita temui secara tertulis maupun tidak tertulis, baik secara verbal maupun nonverbal, tersembunyi maupun terang-terangan yang memiliki maksud politik. Seperti berita, undang-undang, pidato presiden, bacaan-bacaan di internet, iklan, spanduk, slogan dll. Unsur selanjutnya adalah tentang media politik atau saluran. Seperti fungsinya media politik dan saluran adalah alat atau sarana dari komunikator politik dalam menyampaikan pesan atau tujuannya. Contoh dari saluran atau media politik adalah media cetak : koran, tabloid, majalah, buku. Media elektronik : film, radio, televisi, radio dll. Media luar ruangan: poster, spanduk, iklan dll.

Kemudian sasaran atau target politik, seringkali yang menjadi sasaran atau target adalah mereka yang bisa memberikan dukungan dalam bentuk suara kepada partai atau aktor politik yang melakukan komunikasi politik tersebut.¹³ Mereka adalah warga biasa atau rakyat sipil yang sudah dapat memilih atau memiliki hak suara pada pemilihan nanti. Unsur yang terakhir adalah pengaruh atau efek komunikasi politik, yaitu merupakan hasil dari serangkaian proses komunikasi

¹² Nimmo, Dan-Thomas Unga, *Political Patterns in America: Conflict Representation and Resolution*, (San Fransisco: WH.Freeman and Company, 1979).

¹³ Hafied Cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hal 32.

politik yang sudah dilakukan. Hasil dari serangkaian proses komunikasi politik ini biasanya adalah pemberian suara dalam pemilihan umum.

McNair dalam bukunya *An Introduction to Political Communication* menjelaskan bahwa komunikasi politik memiliki lima fungsi dasar, yaitu:¹⁴

1. Sebagai pemberi informasi kepada masyarakat mengenai apa yang terjadi di sekitarnya. Oleh karena itu media komunikasi memiliki fungsi pengamatan dan monitoring.
2. Sebagai sarana mendidik masyarakat terhadap fakta yang ada. Dalam hal ini komunikasi politik harus bersifat objektif dalam menampilkan fakta yang ada.
3. Sebagai platform untuk menampung masalah-masalah politik sehingga bisa menjadi opini publik.
4. Membuat publikasi untuk pemerintah. Dalam hal ini media politik berfungsi sebagai pengawas pemerintahan yang ada.
5. Sebagai saluran advokasi masyarakat. Media politik dapat digunakan sebagai saluran advokasi masyarakat yang bertujuan agar kebijakan dapat disalurkan kepada media massa.

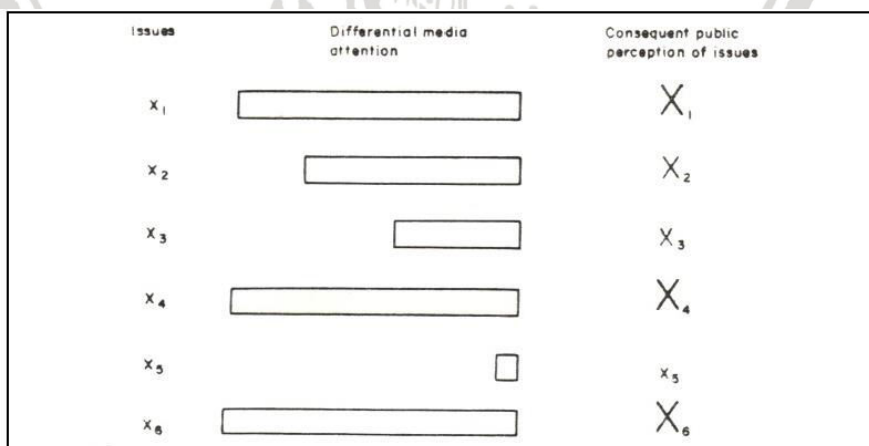
Agenda setting menjelaskan bahwa media memberi pengaruh terhadap masyarakat dalam pemilu melalui cara-cara yang dilakukan oleh media tersebut, seperti melalui penayangan berita, isu, citra, dll. Dalam penerapan teori agenda

¹⁴ Ibid, hal 33.

setting ini dapat kita ketahui pada beberapa partai yang berusaha untuk mempengaruhi media agar menggiring opini masyarakat agar sejalan dengan tujuan partai atau aktor politik tersebut. Media memiliki peran yang penting dalam pembentukan citra partai atau aktor-aktor politik dengan cara menonjolkan keunggulan partai atau aktor tersebut sehingga secara tidak langsung masyarakat akan ikut tergiring oleh media tersebut.

McComb menjelaskan bahwa terkadang masyarakat memiliki rasa vakum dan tak peduli dengan kondisi yang ada. Dalam kasus seperti itu media memiliki peran untuk menampilkan masalah-masalah yang bersifat menggairahkan masyarakat.¹⁵ Jadi media tidak hanya memiliki tanggung jawab untuk membuat isu saja tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk dapat menggiring opini masyarakat melalui agenda-agenda yang sudah diatur. McComb mengatakan bahwa *“the mass media may not be successful in telling people what to think, but the media are stunningly successfful in their audience what to think about”*.

Gambar 2.2 Model Agenda Setting



¹⁵ McCombs, Maxwell E, *Setting the aghenda for agenda setting research : An assessment of the priority ideas and problems in mass communication review yearbook, 1979*

(Sumber : Hafied Cangara)

Model diatas menjelaskan bahwa semakin penting isu yang ada maka semakin besar media memberikan perhatian yang akan memiliki pengaruh besar di masyarakat. Contohnya adalah pada bagian (X1) dalam gambar ketika isu (X1) memiliki urgensi yang tinggi maka perhatian media akan tinggi, akan tetapi ketika isu (X5) tidak seberapa penting maka tanggapan media juga rendah. Ketika tanggapan media tinggi maka penggiringan opini yang terjadi di masyarakat akan semakin berefek akan tetapi ketika tanggapan media rendah maka tidak akan memiliki pengaruh yang signifikan dalam penggiringan opini masyarakat.

2.2 Batasan dan Definisi Konseptual

2.2.1 Ujaran Kebencian

Ujaran kebencian merupakan ujaran yang secara sengaja diadakan atau ditampilkan untuk memunculkan kebencian dengan memakai isu suku, agama, ras dan budaya.¹⁶ Ujaran kebencian juga merupakan satu hal yang bertentangan dengan hak asasi manusia karena menimbulkan permasalahan di bidang suku, agama, ras dan budaya.

Dalam pengertian lain, ujaran kebencian merupakan ucapan yang melanggar hukum dan ditujukan kepada seseorang atau kelompok dengan maksud untuk menjatuhkan, kebanyakan ujaran tersebut menyangkut isu-isu yang

¹⁶ Rosenfeld, M, "Hate speech in constitutional jurisprudence: a comparative analysis", in Herz, M. and Molnar, P. (Eds), (*Cardozo Law Review*, Cambridge University Press, Cambridge, MA, 2003) hal 242-289.

berisikan kebohongan.¹⁷ Dewasa ini ujaran kebencian dilakukan dalam dunia politik, dengan menggunakan ujaran kebencian sebagai salah satu alat politik untuk mendapatkan keinginan dari kelompok atau golongan tertentu.

Tujuan dari ujaran kebencian dalam politik adalah digunakan sebagai alat untuk merusak citra lawan politik sehingga masyarakat atau simpatisan lawan politik tersebut menjadi tidak percaya terhadap calonnya. Tujuan lain dari adanya ujaran kebencian adalah untuk menimbulkan kondisi yang bersifat memecah belah dengan landasan suku, agama, ras dan budaya. Kondisi seperti ini merupakan salah satu bahaya dari terbukanya demokrasi di Indonesia.

2.2.2 Kampanye Hitam

Kampanye Hitam juga bisa diartikan sebagai kampanye kotor untuk menjatuhkan lawan dengan menggunakan isu negatif tidak berdasar.¹⁸ Dahulu kampanye hitam atau "*Black Campaign*" juga dikenal sebagai whispering campaign melalui mulut ke mulut, kemudian lebih canggih lagi dengan menggunakan media elektronik.¹⁹ Secara umum *Black Campaign* memiliki ciri yang sangat pokok yaitu lebih banyak berisikan kebohongan yang tidak sesuai dengan fakta. Akan tetapi, ada kemungkinan terdapat satu atau dua fakta, tetapi itu akan diolah sedemikian rupa untuk dilontarkan dan untuk mempengaruhi opini

¹⁷ Nockleby, J., "Hate speech", Leonard, W.L. and Kenneth, L.K. (Eds), *Encyclopedia of the American Constitution*, Vol. 3 No. 2, (Macmillan, Detroit, 2000), hal 1277-1279.

¹⁸ Wirnyaningsih, *Permasalahan Black campaign dalam Pemilihan Umum*. <http://law.ui.ac.id/v2/buletin/opini/60-permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umumwawancara-dengan-wirnyaningsih-sh-mh>, Diakses pada 29 Desember 2017 pukul 21.50.

¹⁹ Black Campaign, diakses dari <http://www.leadership-park.com/new/more-about-u/blackcampaign.html>. Diakses pada 29 Desember 2017 pukul 22.00.

publik kearah yang negatif. *Black Campaign* bisa merupakan serangan terbuka, metode ini sangat mudah dikenali dan berniat menjatuhkan lawan.²⁰

Lynda Lee Kaid menyebutkan bahwa kampanye negatif dilakukan dengan cara menunjukkan kelemahan lawan politik berdasarkan fakta yang ada dan menunjukkan keunggulan kandidat yang didukung dengan menggunakan berbagai media sebagai alat politik.²¹ Sedangkan menurut hukum kekekalan momentum kampanye hitam adalah kampanye yang dilakukan dengan cara menghina, memfitnah, mengadu domba, menghasut dan menyebarkan berita bohong.

Di Indonesia praktik kampanye hitam lebih sering dilakukan daripada melakukan kampanye negatif. Hal ini dapat diketahui ketika menjelang musim-musim pemilihan umum maka isu-isu yang tidak bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya akan mudah dijumpai, khususnya pada saat ini adalah mudah dijumpai didalam media sosial (Instagram, facebook, twitter, sms dll).

2.2.3 Media Sosial

Desakan arus globalisasi dan perkembangan teknologi memaksa manusia untuk berkembang ke arah modern. Salah satu dampak dari globalisasi yang tidak bisa dibendung adalah adanya perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga terjadi dalam perubahan media, media yang awalnya hanya dikenal dengan

²⁰ Ibid. Diakses pada 29 Desember 2017 pukul 22.15.

²¹ Lynda lee kaid, Handbook of political communication research, (New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates.Publishers, 2004).

media cetak (koran, majalah, tabloid dll). Kemajuan jaman melahirkan media yang disebut media baru.²²

Dewasa ini media baru yang selanjutnya disebut media sosial erat hubungannya dengan jaringan internet. Internet merupakan kumpulan jaringan diseluruh dunia yang menghubungkan badan pemeriah, masyarakat, perusahaan bahkan hubungan perorangan. Melalui adanya internet seseorang dapat membagikan informasi dan berhubungan antar individu satu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok lain diberbagai belahan dunia dengan cara yang mudah.²³

Sekarang internet merupakan sesuatu yang tidak asing bagi masyarakat, jaringan internet pada saat ini menjadi konsumsi umum tanpa memandang batas usia seseorang. Hasil dari kemajuan internet adalah adanya jaringan baru yang disebut media sosial. Media sosial adalah aplikasi yang berbasis internet yang memiliki tujuan untuk memunculkan kreasi dan pertukaran informasi antara sesama pengguna jaringan internet. Media sosial ini menjadikan salah satu yang membentuk pola hubungan sosial baru antar masyarakat.

Pesatnya penggunaan media sosial di dunia pada saat ini menjadikan media sosial sebagai pusat dari trend komunikasi yang baru. Fasilitas dari media sosial yang akhir-akhir ini diminati oleh masyarakat adalah penggunaan jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dll. Penggunaan jejaring sosial yang

²² Lievrouw, L & Livingstone, S, *Handbook of new media*. (Chennai: Sage Publications, 2006), hal 1.

²³ Oetomo, B.S, *Pengantar Teknologi Informasi Internet: Konsep dan Aplikasi*, (Yogyakarta : CV Andi OFFSET, 2007).

kian hari kian bertambah ini membuktikan bahwa media sosial menjadi bagian dari masyarakat modern saat ini, bahkan tidak terlepas dari politik.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang komunikasi politik didalam media sosial telah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Akan tetapi, penelitian yang mengaitkan ujaran kebencian di media sosial masih sangat minim untuk didapatkan. Adapula tiga penelitian yang dapat dijadikan rujukan penelitian terdahulu bagi penelitian ini adalah :

2.3.1 *Free vs hate speech on social media: the Indian perspective*

Penelitian ini dilakukan oleh Ifhtikar alam, Roshan Lal raina, dan Faizia siddiqui *Department of Management, International Institute for Special Education India*. Jurnal ini diterbitkan oleh emeraldinsight pada 6 januari 2016. Penelitian ini menjelaskan mengenai kebebasan berpendapat dan ujaran kebencian yang terjadi di media sosial facebook, dengan mengambil studi fenomena yang terjadi di India.

Dalam penelitian ini teori yang digunakan adalah komunikasi politik terkait dengan kebebasan berpendapat masyarakat India didalam kehidupan bermedia sosial. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa masih banyak masyarakat India yang sering melakukan ujaran kebencian di media sosial dengan memanfaatkan kebebasan berpendapat yang ada. Melalui adanya kasus ujaran kebencian yang terjadi di India banyak masyarakat India yang harus terjerat kasus hukum.

Hasil dari penelitian ini adalah memberikan wawasan baru mengenai perilaku manusia dalam bermedia sosial khususnya mengenai kasus ujaran kebencian yang terjadi di facebook. Dari penelitian tersebut menghasilkan bahwa masyarakat India menyukai kebebasan berpendapat akan tetapi masih kurangnya kesadaran mengenai ujaran kebencian. Hasil survey kepada responden yang ada mengindikasikan bahwa kebebasan berpendapat tidak boleh dibatasi oleh apapun juga akan tetapi perlu ada kesadaran mengenai etika dalam bermedia sosial.

2.3.2 *Rhetorical construction of political leadership in social media*

Penelitian ini dibuat oleh Jenny Madestam dan Lena Lid Falkman dari Södertörn University, Huddinge, Swedia. Penelitian ini membahas mengenai analisa pemimpin politik menggunakan media sosial sebagai alat untuk membangun citra politik di masyarakat. Penelitian ini mengambil contoh dua pemimpin di daerah skandinavia yang aktif menggunakan twitter sebagai alat untuk membangun citra politik.

Melalui media sosial seseorang dapat membangun citra dan dapat menjatuhkan citra lawan politiknya. Melalui twitter sebagai salah satu media sosial seseorang dapat membangun citra politiknya sesuai yang dia mau dengan tujuan untuk mengarahkan alur pemikiran masyarakat agar sejalan dengan keinginan aktor politik tersebut.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial online merupakan salah satu alat politik untuk membangun citra pemimpin politik sesuai dengan keinginan pemimpin tersebut. Dua pemimpin di skandinavia memberi

contoh bahwa twitter dapat berfungsi untuk membangun citra sehingga masyarakat semakin percaya kepada pemerintah.

2.3.3 *Coherent campaigns? Campaign broadcast and social messaging*

Penelitian ini dibuat oleh Leticia Bode dari Georgetown University, Washington, District of Columbia, USA dan diterbitkan pada februari 2016 oleh emeraldinsight. Penelitian ini mengenai hubungan antara komunikasi politik dengan media sebagai alat untuk kampanye. Penelitian ini menjelaskan peran dari media baru dalam kampanye modern yang terjadi di Amerika Serikat dalam rangka pemilihan senat.

Penggunaan media sosial sebagai alat kampanye merupakan salah satu hal yang menarik untuk diteliti. Dalam penelitian ini media sosial twitter digunakan sebagai alat kampanye bukan hanya untuk menunjang tokoh politik yang maju untuk mendapatkan dukungan tetapi juga berguna bagi para calon yang memiliki kekuatan finansial kurang.

Hasil dari penelitian ini adalah media sosial (Twitter) merupakan alat baru didalam dunia politik yang dapat digunakan untuk melakukan kampanye pada jaman modern ini. Media sosial sebagai alat kampanye dianggap sebagai alat yang praktis karena memiliki banyak pengguna dan tanpa pungutan biaya, berbeda dengan kampanye menggunakan iklan di televisi, radio, media cetak. Keunggulan dari media sosial ini dianggap sebagai kemajuan dalam dunia komunikasi politik. Melalui kampanye yang ada di media sosial seseorang bisa menarik banyak simpatisan dengan cara yang sederhana dan cenderung mengeluarkan biaya sedikit.

Dari penelitian terdahulu yang sudah dibahas diatas, dapat dilihat bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Hal yang membedakan antara lain yaitu: penelitian ini berfokus pada pengaruh ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pola dan seberapa besar pengaruh ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko Widodo yang akan maju dalam pemilihan presiden 2019 nanti. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi politik sebagai pisau analisis.

2.3.4 Political Polarization based on Religious Identities: Emperical Evidence from the 2017 Jakarta Gubernatorial Election.

Jurnal politik pemerintahan ini membahas mengenai polarisasi politik yang berbasis identitas agama dalam pemilihan umum gubernur DKI Jakarta tahun 2017. Ahmad Hasan Ubaid dan H.B Habibi Subandi sebagai peneliti dalam kasus polarisasi berbasis identitas agama dalam pemilihan umum gbernur DKI Jakarta 2017. Didalam pendalaman masalah peneliti menggunakan data-data yang terjadi secara langsung di masyarakat DKI Jakarta. Melalui data-data yang sudah ada maka peneliti melakukan analisis masalah dengan sumber data yang sudah ada tersebut.

Dalam jurnal ini membahas mengenai strategi pemasaran politik dari tim pemenangan calon yang menggunakan identitas agama sebagai alat pemasaran politik. Permasalahan yang muncul adalah kurangnya peran dominan partai dalam pemilu sehingga menimbulkan celah bagi tim sukses atau oleh oknum-oknum

yang tidak bertanggung jawab untuk memunculkan isu identitas agama sebagai alat pemasaran politik. Isu ini memiliki dampak yang buruk terhadap perkembangan demokrasi di Indonesia karena jika masyarakat secara terus-menerus mendapat isu demikian maka demokrasi di Indonesia akan menjadi rusak.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

PENELITI	JUDUL	JENIS PENELITIAN	HASIL PENELITIAN
Ifhtikar alam, Roshan Lal raina, dan Faizia siddiqui	<i>Free vs hate speech on social media: the Indian perspective</i>	Jurnal Komunikasi Politik (2016)	Kebebasan berpendapat yang ditawarkan oleh media sosial seringkali bertabrakan dengan etika yang dimiliki oleh pengguna media sosial tersebut sehingga muncul banyak kasus ujaran kebencian di media sosial, penelitian ini berada di India.
Jenny Madestam ,	<i>Rhetorical</i>	<i>Journal of</i>	Media sosial menjadi

Lena Lid Falkman	<i>construction of political leadership in social media</i>	<i>Organizational Change Management</i> (2017)	alat untuk membangun citra para aktor politik agar masyarakat menjadi sejalan dengan pemikiran aktor politik tersebut. Melalui media sosial tingkat kepercayaan masyarakat kepada pemerintah juga dapat bertambah.
Leticia Bode	<i>Coherent campaigns? Campaign broadcast and social messaging</i>	Jurnal Politik (2016)	Media sosial merupakan alat baru untuk melakukan kampanye politik. Melalui media sosial aktor politik dapat mencari dan mendapatkan dukungan dari masyarakat dengan mengeluarkan biaya

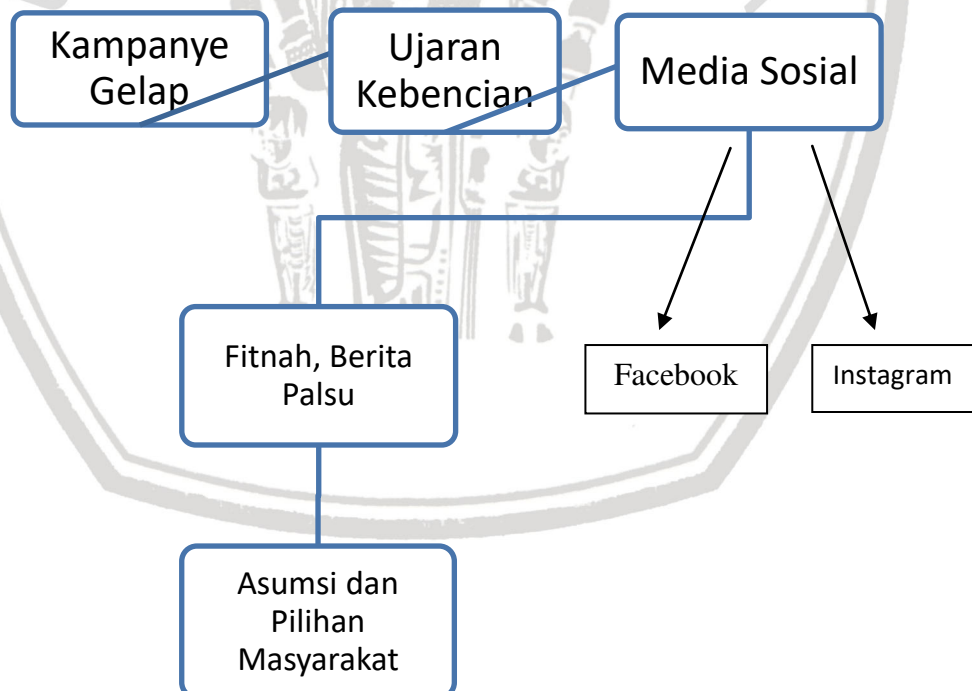
			yang relatif sedikit. Penggunaan media sosial sebagai alat kampanye dinilai cukup bermanfaat.
Ahmad Hasan Ubaid, H.B Habibi Subandi	<i>Political Polarization based on Religious Identities: Emperical Evidence from the 2017 Jakarta Gubernatorial Election.</i>	Jurnal Politik Pemerintahan	Mengetahui polarisasi politik yang terjadi didalam masyarakat DKI Jakarta yang menonjolkan sisi identitas agama sebagai alat untuk mempengaruhi masyarakat luas khususnya masyarakat Jakarta sebagai pemilih langsung dalam pemilihan umum Gubernur DKI Jakarta pada tahun 2017.

(Sumber: Diolah peneliti, 2017)

2.4 Kerangka Berpikir

Pelaksanaan penelitian terkait dengan Pengaruh Ujaan Kebencian di Media Sosial Instagram Terhadap Elektabilitas Joko Widodo Dalam Pemilihan Presiden 2019. Peneliti mencoba membuat kerangka konsep pemikiran yang akan digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian dan juga menyusun laporan hasil penelitian. Tujuan penyusunan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah untuk memfokuskan penelitian ke dalam objek kajian yang diteliti, sehingga bahasannya tidak melebar dan menyebabkan penelitian tidak sesuai dengan kerangka awal penelitian. Berikut ini adalah kerangka pemikiran penelitian ini:

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir



(Sumber : Diolah peneliti, 2018)

Dari kerangka berpikir diatas dapat dilihat bahwa Ujaran Kebencian sebagai bagian dari kampanye gelap dilakukan di media sosial (Instagram dan Facebook) dengan tujuan mempengaruhi masyarakat pengguna instagram untuk mempercayai ujaran kebencian tersebut dan berakibat pada naik atau turunnya elektabilitas calon presiden dalam pemilu 2019 nanti. Oleh karena itu peneliti akan meneliti bagaimana pola ujaran kebencian terhadap Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian adalah cara ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu, cara ilmiah yang dimaksud adalah rasional (masuk akal), empiris (dapat diamati indra manusia), dan sistematis (Menggunakan tahapan yang bersifat logis).²⁴

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian mengenai Produksi *Hate Speech* Dalam Media Sosial :Kasus *Hate Speech* Terhadap Presiden Joko Widodo Menjelang Pemilu 2019, peneliti menggunakan pedoman penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang jelas mengenai kasus ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan logika induktif. Peneliti mengangkat satu kasus yang kemudian dijelaskan secara rinci atau bisa disebut dari khusus ke umum dan menggunakan logika dalam memahami kasus yang diangkat. Induktif merupakan sebuah penalaran dalam penelitian, penalaran tersebut dibangun dari hal-hal khusus atau contoh-contoh partikular ke kesimpulan umum.²⁵

Dalam penelitian ini logika induktif digunakan untuk memahami bagaimana pola pembuatan ujaran kebencian yang kemudian disebarkan dalam

²⁴ M.Hariwijaya, Triton.P.B, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, (Yogyakarta:Tugu Publisher, 2007), hlm 51.

²⁵ Suwardi Endraswara, *Metode Teori Teknik Penelitian Kebudayaan*, (Yogyakarta:Pustaka Indratama, 2006), hlm 51

media sosial facebook dan instagram. Dengan fokus mengenai produksi *hate speech* di Indonesia maka penelitian ini menjelaskan mengenai bagaimana pola produksi ujaran kebencian yang dibentuk dan disebarluaskan di media sosial yang akhirnya menemukan aktor-aktor penyebar ujaran kebencian, bagaimana pola yang terjadi dari awal mula dibentuk hingga disebarkan.

Dalam penelitian selanjutnya sesuai dengan jenis penelitian yang diambil, peneliti menggunakan pendekatan studi dokumentasi sebagai cara untuk memahami permasalahan ini secara mendalam dengan menggunakan data-data yang dikumpulkan dari Facebook dan Instagram. Studi dokumentasi atau biasa disebut kajian dokumen merupakan cara untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya.²⁶

3.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini fokus merupakan salah satu hal yang penting karena fokus merupakan tujuan peneliti agar pembahasan tidak keluar dari rumusan masalah yang ada. Maka dari itu dalam penelitian mengenai *Hate Speech* Dalam Media Sosial : Studi *Hate Speech* Terhadap Elektabilitas Joko Widodo Menjelang Pemilu 2019 fokus dari penelitian ini adalah mencari pola dari ujaran kebencian yang ada di media sosial terhadap presiden Joko Widodo menjelang pemilu 2019.

²⁶ Sarwono, J, *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*, (Yogyakarta:Penerbit Graha Ilmu, 2006), hlm 225.

Tabel 3.1 Fokus Penelitian

Fokus Permasalahan	Indikator	Teori / Konsep	Metode Penelitian
Pola ujaran kebencian di media sosial terhadap Presiden Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Pola ujaran kebencian di media sosial instagram • Ujaran kebencian sebagai bagian dari kampanye gelap 	<ul style="list-style-type: none"> • Teori Komunika si politik agenda setting • Konsep kampanye gelap • Konsep media sosial dan ujaran kebencian 	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara mendalam • Studi dokumentasi • Studi kepustakaan

(Sumber: diolah peneliti, 2018)

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian sesuai dengan kondisi yang ada, dengan maksud untuk mendapatkan informasi yang menunjang penelitian. Penelitian mengenai ujaran kebencian di

media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko Widodo dalam pemilihan presiden 2019 ini mengambil lokasi penelitian di provinsi DKI Jakarta. Lokasi tersebut sengaja dipilih karena terdapat instansi pemerintah serta lembaga-lembaga non pemerintah dan tempat para narasumber berada.

Terdapat empat lokasi utama untuk dilakukan penelitian, yaitu :

1. Charta Politika, Jl. Cisanggiri 3 No. 11 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.
2. Populi Center, Jl Letjen S Parman Kav 5-6 Komplek Mandiri Blok O no 12 Slipi, Jakarta Barat 11480.
3. Voxpol Center Research and Consulting, Jalan Muhammad Kafi I No.8A, RT.8/RW.6, Jagakarsa, RT.2/RW.6, Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12620.
4. Poltracking Indonesia, Jl. Salak 26, Setiabudi, Jakarta Selatan 12980

Selain empat lokasi tersebut peneliti juga menggunakan hasil-hasil survei dari beberapa lembaga survei yang ada di Indonesia baik secara data ataupun hasil yang didapat dari internet untuk mendapatkan pemahaman mengenai permasalahan ujaran kebencian di media sosial terhadap elektabilitas calon dalam pemilu yang ada di Indonesia yang semakin mendalam.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa cara untuk mengumpulkan data, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu, yang dilakukan oleh pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁷ Wawancara mendalam merupakan salah satu teknik pengumpulan data dari penelitian kualitatif yang dilakukan dengan cara melakukan percakapan atau wawancara secara intensif dengan informan yang telah ditentukan.

Dalam penelitian ini wawancara mendalam dilakukan kepada para informan yang sudah didata. Wawancara dilakukan kepada dua lokasi yang sudah disebutkan didalam lokasi penelitian yaitu lingkaran survei indonesia dan wahid foundation, wawancara tersebut terkait pengaruh ujaran kebencian yang beredar di media sosial khususnya instagram terhadap elektabilitas calon yang sedang mengikuti pesta demokrasi.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu teknik atau cara untuk mengumpulkan data dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapa dan dokumen-dokumen lain.²⁸ Dalam penelitian ini studi dokumentasi dilakukan dengan cara mempelajari dan menganalisa hasil-hasil survei pada saat dan sebelum pemilihan presiden dilakukan.

Peneliti akan melakukan analisa mendalam mengenai pengaruh ujaran kebencian di media sosial instagram terhadap elektabilitas Joko

²⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal 186.

²⁸ Sarwono, J, *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*, (Yogyakarta:Penerbit Graha Ilmu, 2006), hal 225.

Widodo dalam pemilihan presiden 2019 dengan cara menganalisis hasil-hasil survei dari lembaga-lembaga survei yang ada di Indonesia mengenai kasus tersebut.

3. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini studi kepustakaan merupakan metode yang digunakan untuk mencari data sekunder. Studi kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang sudah ada sebelumnya dari berbagai sumber seperti buku, koran, jurnal, majalah, karya ilmiah. Tujuan dari studi literatur adalah untuk mencari fakta dan mengetahui konsep metode yang digunakan.

Studi literatur merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang bertujuan untuk mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang ada. Dalam penelitian mengenai pengaruh ujaran kebencian ini peneliti menggunakan sumber dari buku, majalah, jurnal dll mengenai kampanye gelap serta efek dari kampanye gelap tersebut, selain itu peneliti juga mencari dari sumber-sumber terdahulu mengenai ujaran kebencian.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan cara dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki kedudukan sebagai instrumen penelitian. Peneliti juga

menjadi instrumen atau alat dalam penelitiannya karena ia menjadi segalanya dari keseluruhan proses penelitian.²⁹

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang akan digunakan antara lain adalah :

1. Peneliti

Peneliti kualitatif sebagai *human instrument* berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.³⁰

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara adalah acuan dan rencana yang sudah disusun sedemikian matang untuk digunakan dalam wawancara terhadap informan atau narasumber. Pedoman wawancara juga merupakan penentu dari arah wawancara yang akan berlangsung dan juga penentu alur dari pertanyaan yang akan diajukan peneliti kepada narasumber.

3. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi digunakan untuk mencari data-data yang diperlukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan pedoman dokumentasi karena peneliti menggunakan studi dokumentasi sebagai alat untuk menggali informasi oleh karena itu keberadaan

²⁹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal 168.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfa beta, 2010), hal 306.

pedoman dokumentasi sangatlah penting. Pedoman dokumentasi berfungsi untuk menyelidiki data-data tertulis dari buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan dan lain sebagainya. Inti dari permasalahan yang ada didalam penelitian membuat pengumpulan data menjadi efektif karena maksud dari pedoman dokumentasi adalah terletak pada pengambilan inti di tiap dokumen.

4. Buku catatan

Buku catatan berfungsi untuk mencatat setiap keperluan yang diperlukan sebelum dan saat penelitian. Selain itu buku catatan juga berfungsi untuk mencatat apa saja yang ditemukan didalam penelitian termasuk fakta-fakta baru yang ditemukan saat penelitian. Informasi ini digunakan juga untuk penunjuk alur waktu.³¹

3.6 Sumber Data

Sumber data merupakan salah satu faktor yang penting dalam penelitian ini. Data-data yang ada dapat digunakan sebagai alat untuk menunjang analisis-analisis yang akan dilakukan terhadap objek penelitian, selain itu sumber data juga dapat menentukan kualitas data itu sendiri. Menurut Lofland dan Lofland sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah tambahan dokumen dan lain-lain.³² Didalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menganalisa suatu data penelitian, dua jenis sumber data tersebut adalah data

³¹ Surakhmad, Winarno, *Penelitian-penelitian ilmiah*, (Bandung:Penerbit Tarsito, 1998), hal 58.

³² Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal 157.

primer dan sekunder. Dua jenis data tersebut dijadikan sumber data yang dimaksudkan untuk saling melengkapi dan mendukung sumber satu sama lain.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari narasumber sebagai pihak pertama ketika wawancara dilakukan. Hasil wawancara tersebut yang kemudian menjadi data primer dapat berupa opini secara individual maupun secara kelompok. Menurut Jonathan Sarwono, data primer merupakan data yang berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitiannya. Data dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.³³

Data primer dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan riset atau penelitian. Fungsi utama dari data primer adalah sebagai sumber data yang asli yang diperoleh langsung dari narasumber dan data ini bersifat orisinil sesuai dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber. Data primer dalam penelitian ini adalah transkrip wawancara yang dilakukan dengan informan-informan yang sudah ditentukan sebelumnya.

2. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah kebalikan dari data primer, data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan.³⁴ Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dan merupakan data

³³ Sarwono, J, *Metode penelitian kuantitatif & kualitatif*, (Yogyakarta:Penerbit Graha Ilmu, 2006), hal 209.

³⁴ *Ibid.*, hal 209.

pendukung bagi penelitian. Pada umumnya data sekunder berupa catatan, hasil rapat, hasil survey atau laporan-laporan yang sudah diarsipkan dengan benar, baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan.

Manfaat dari data sekunder adalah mengklasifikasikan permasalahan-permasalahan, menciptakan tolok ukur untuk mengevaluasi data primer, dan memenuhi kesenjangan-kesenjangan informasi.³⁵ Dalam penelitian ini peneliti lebih banyak menggunakan data sekunder dalam mendalami masalah karena peneliti menggunakan studi dokumentasi dalam menganalisa masalah. Jenis data sekunder yang dipakai oleh peneliti adalah hasil-hasil survei yang dilakukan oleh lembaga-lembaga survei di Indonesia, peraturan pemerintah dan laporan-laporan mengenai pengaruh ujaran kebencian yang tergolong dalam kampanye gelap terhadap elektabilitas calon.

3.7 Metode Pemilihan Informan

Dalam penelitian ini informan memiliki fungsi yang penting oleh karena itu pemilihan informan menjadi hal yang penting untuk mencari dan mengumpulkan data-data yang akan digunakan untuk penelitian. Untuk mencari data yang diperlukan dan data yang sesuai dengan penelitian ini maka diperlukan informan yang memahami mengenai permasalahan yang sedang diteliti dengan serius, oleh karena itu penentuan informan harus sesuai dengan kebutuhan peneliti.

³⁵ Harris, Kardi, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta:Gramedia, 1999), hal 155.

Dalam penelitian yang bersifat kualitatif tidak dikenal dengan adanya populasi, melainkan yang dikenal hanya sampel yang terdiri atas responden, cara pemilihan sebagai responden menggunakan metode *snowball*.³⁶ Metode ini digunakan sebagai acuan saat melakukan proses wawancara lanjutan. Langkah yang dilakukan dalam metode pemilihan informan adalah memilih informan kunci dan informan tambahan.

1. Informan Kunci

Merupakan orang-orang yang memahami permasalahan yang diteliti dan memiliki banyak sumber data atau data-data dan informasi-informasi penting mengenai permasalahan yang dibahas. Dalam penentuan informan ini yang menjadi informan kunci adalah lembaga-lembaga survei di Indonesia yang meneliti mengenai elektabilitas Joko Widodo.

2. Informan Tambahan

Merupakan pihak yang terlibat langsung dalam interaksi sosial politik yang diteliti. Informan tambahan memiliki peran sebagai pihak pro ataupun pihak kontra terhadap penelitian ini. Pihak ini bisa dibilang sebagai kelompok kepentingan dengan bahasan materi ini.³⁷ Informan tambahan ini dibutuhkan agar ada hubungan anatara informasi yang didapat dengan materi yang dibahas. Dalam penelitian ini informan tambahan adalah sampel dari beberapa masyarakat dan dari pihak Wahid Foundation (Griya Gus Dur).

³⁶ P, Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2006), hal 31.

³⁷ Lisa, Harrison, *Metodologi Penelitian Politik*, (Jakarta:Kencana, 2009),hal 112.

Tabel 3.2 Daftar Informan

No	Nama Informan	Kriteria	Jenis Informan
1.	Pangi Syarwi Chaniago, S.IP, M.IP.	Direktur eksekutif Voxpol Center	Informan Kunci
2.	Ahmad TW Wibowo	Direktur program dan oprasional Poltracking Indonesia	Informan Kunci
3.	Usep S Ahyar	Direktur lembaga riset dan Survey Populi Center Indonesia	Informan Kunci
4.	Kabarkan.org	Platform online Indonesia yang memiliki fokus terhadap ujaran kebencian dan diskriminasi.	Informan Tambahan
5.	Dra. Triwahyuni Widiestuti	Perwakilan Partai PDI	Informan Kunci

		Perjuangan	
6.	Beberapa Pemilih muda kategori usia 17-24 tahun	Melihat perspektif dari masyarakat (pemilih muda) sebagai individu yang secara langsung memakai media sosial instagram dan memiliki hak suara	Informan Tambahan

(Sumber: diolah peneliti, 2018)

3.8 Metode Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain.³⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

³⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014), hal 248.

konsep analisis data *interactive model* yang diutarakan oleh Miles dan Huberman.³⁹

1. Kondensasi Data

Kondensasi data merujuk kepada proses memilih, menyederhanakan, mengabstrakkan, dan atau mentransformasikan data yang mendekati keseluruhan bagian dari catatan-catatan lapangan secara tertulis, transkrip wawancara, dokumen-dokumen, dan materi-materi empiris lainnya.

2. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi yang tersusun secara runtut sehingga mempermudah untuk melihat visualisasi secara umum dan memberi kemungkinan untuk mengadakan pengambilan kesimpulan atau pengambilan tindakan. Melalui adanya penyajian data maka diharapkan dapat memahami apa yang terjadi dan dilakukan. Penyajian data dapat berupa teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan tahapan akhir analisis data, dalam tahapan penarikan kesimpulan yang terjadi adalah kegiatan menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokan dari makna yang ada dalam penelitian. Kesimpulan atau Verifikasi data ditujukan untuk melakukan pengecekan ulang mengenai data-data yang diperoleh dari hasil lapangan, sehingga dalam penarikan kesimpulan sebuah penelitian kualitatif tidak keluar dari alur penelitian.

³⁹ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis*. (California: Sage Publications, 2014) hal. 31-33.

3.9 Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data berkaitan dengan kepastian mengenai data-data yang didapat benar-benar merupakan variabel yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Triangulasi sebagai alat untuk keabsahan data.

Triangulasi data merupakan metode pemeriksaan keabsahan data dengan cara memanfaatkan sesuatu yang lain dari data tersebut untuk membandingkan atau untuk pengecekan data tersebut. Triangulasi berguna untuk pengecekan derajat kepercayaan hasil yang didapat. Dalam triangulasi data terdapat dua cara yaitu:

1. Triangulasi Data

Dalam triangulasi data yang dilakukan adalah membandingkan data yang ada dengan berbagai sumber yang ada seperti dibandingkan dengan dokumen, arsip, hasil wawancara, atau dengan mewawancarai lebih banyak sumber dengan sudut pandang atau pemikiran yang berbeda.

2. Triangulasi Metode

Dalam triangulasi metode merupakan penggunaan sejumlah metode pengumpulan data dalam suatu penelitian. Triangulasi metode diperlukan karena setiap metode memiliki kekurangan atau kelebihan masing-masing.

Dengan menggunakan dua metode atau lebih, maka satu dan lain metode akan saling menutup kelemahan sehingga hasil atas informasi yang didapat menjadi lebih terpercaya.⁴⁰



⁴⁰ Gumilar Rusliwa, Soemantri, *Memahami Metode Kualitatif*, (Jurnal Sosial Humaniora Universitas Indonesia, 2005), Vol.9 No.2.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1 Pengguna Internet di Indonesia

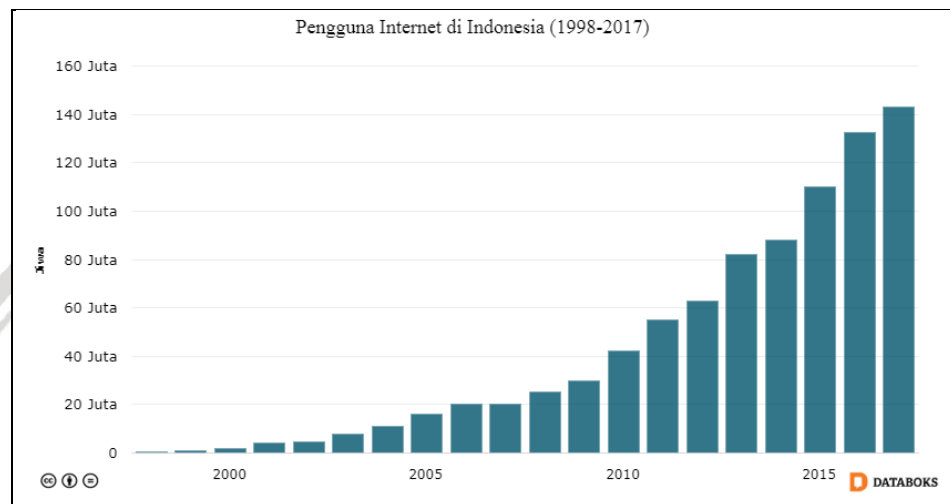
Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbanyak ketiga di dunia. Sebagai negara berkembang Indonesia memiliki masyarakat yang mulai terbuka terhadap modernisasi salah satunya adalah teknologi. Masyarakat negara berkembang juga merupakan sumber pengguna teknologi baru karena sesuai dengan ciri negara berkembang bahwa perkembangan teknologi dalam negara berkembang cukup maju.

Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah lahirnya media-media sosial yang berbasis jaringan internet atau dapat disebut media sosial online. Media sosial online mulai merambat di Indonesia dan mempunyai pengguna yang banyak. Dewasa ini pengguna media sosial online di Indonesia sangat banyak dan cenderung tidak memandang golongan (tua-muda, pria-wanita, dll).

Menurut survey dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ketahun. Survey tersebut dimulai dari tahun 1998-2017 dan menghasilkan kesimpulan bahwa pengguna internet tiap tahun terus bertambah. Menurut data survei APJII, pengguna internet di Indonesia pada 2017 telah mencapai 142 juta jiwa dengan penetrasi sebesar 54,69

persen dari total populasi. Pengakses internet pada tahun lalu tumbuh 7,9% dari tahun sebelumnya dan tumbuh lebih dari 600% dalam 10 tahun terakhir.⁴¹

Gambar 4.1 Jumlah pengguna internet di indonesia



(Sumber databoks.co.id)

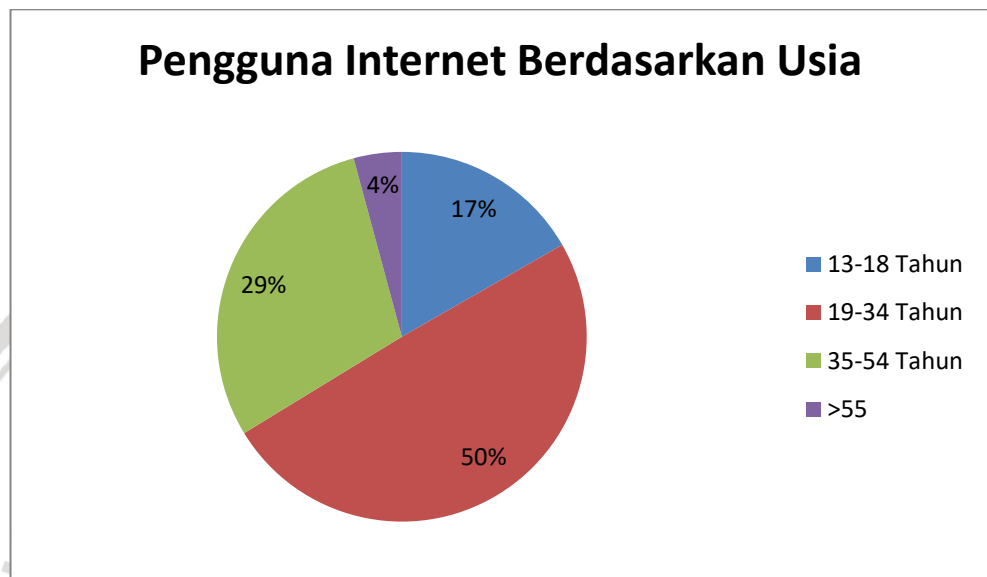
Ada beragam jenis media sosial online yang dapat diakses atau digunakan di Indonesia, seperti facebook, twitter, youtube, instagram, dll semuanya dapat digunakan secara gratis.

Pengguna internet di Indonesia juga tidak memandang usia, berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), hampir separuh dari total pengguna internet di Indonesia merupakan masyarakat dalam kelompok usia 19-34 tahun (49,52%). Sementara pengguna internet terbanyak kedua merupakan kelompok usia

⁴¹ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada 15Juni 2018 pukul 14.00

35-54 tahun (29,55%), kelompok usia 13-18 tahun (16,68%), dan pengguna dengan usia di atas 54 tahun (4,24%).⁴²

Tabel 4.1 Pengguna Internet Berdasarkan Usia



(Sumber :Databoks.co.id kemudian diolah penulis, 2018)

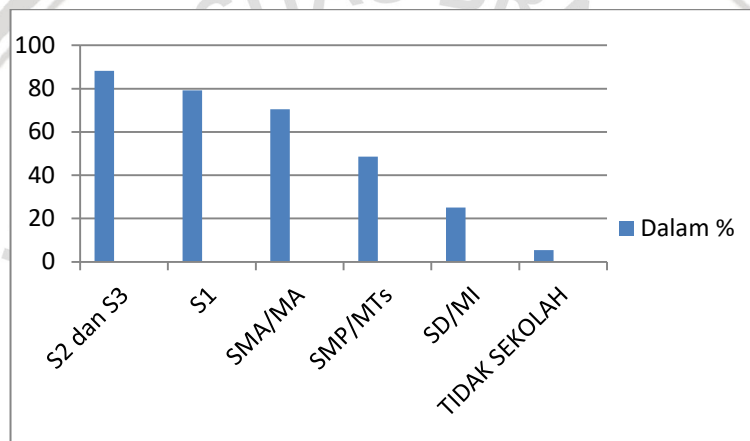
Tingkat pendidikan juga mempengaruhi penggunaan internet, semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin tinggi juga penggunaan internet oleh orang tersebut. APJII juga melakukan survei pada tahun 2017 mengenai penetrasi tingkat pendidikan seseorang terhadap penggunaan internet.

Hasil survei dari APJII mengenai jenjang pendidikan seseorang terhadap penggunaan internet di Indonesia menghasilkan kesimpulan bahwa pengguna dengan jenjang pendidikan strata 2 (S2) dan Strata 3 (S3)

⁴² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>. diakses 12 Juli 2018 pukul 14.14 WIB.

mencapai 88,24% dari seluruh jenjang tersebut. Pengguna dengan jenjang pendidikan Strata 1 (S1) mencapai 79,23%, pengguna dengan jenjang pendidikan lulusan SMA/MA sebanyak 70,54%, pengguna dengan jenjang pendidikan SMP/MTs 48,53%, pengguna dengan jenjang pendidikan SD/MI sebanyak 25,10% dan pengguna dengan kategori tidak sekolah sebanyak 5,45%.

Tabel 4.2 Penetrasi Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Internet



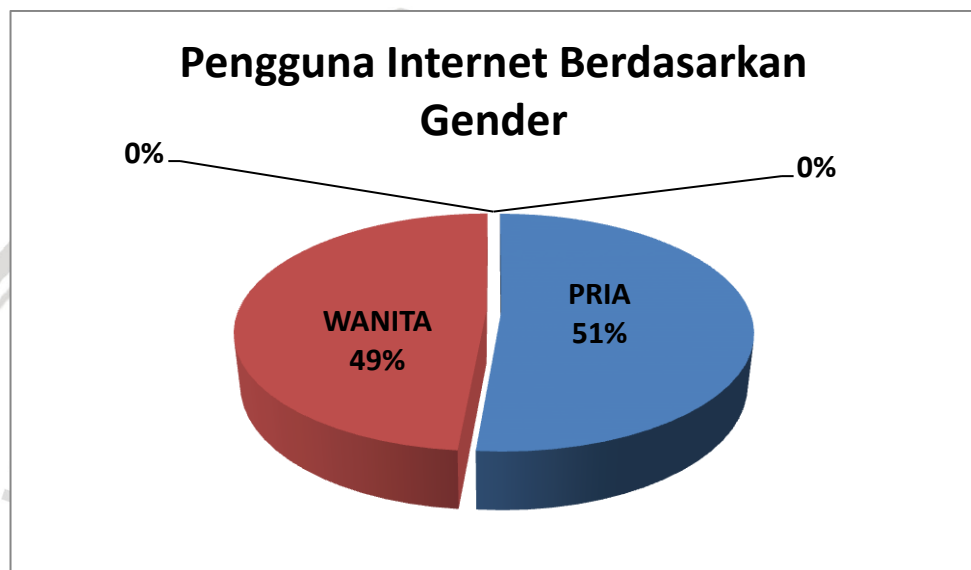
(Sumber: Databook.co.id kemudian diolah Penulis, 2018)

Dari tabel diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin terbuka individu tersebut terhadap jaringan internet, demikian pula sebaliknya semakin rendah tingkat pendidikan maka semakin rendah pula penetrasi seseorang terhadap jaringan internet.

Selain tingkatan usia dan tingkat atau jenjang pendidikan, survei dari APJII juga membahas mengenai gender pengguna internet di

Indonesia. Dari hasil survei tersebut menghasilkan fakta bahwa 51,43% pengguna internet adalah kaum pria sedangkan sisanya sebesar 48,57% adalah kaum hawa.

Tabel 4.3 Pengguna Internet Berdasarkan Gender



(Sumber: Databooks.co.id kemudian diolah Penulis, 2018)

4.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia

Perkembangan internet di Indonesia yang terus meningkat dari tahun ketahun memiliki imbas atau dampak terhadap media-media online yang ada di Indonesia. Berikut merupakan media sosial online yang terus menerus berkembang dan memiliki banyak peminat di Indonesia adalah “Instagram” dan “facebook”. Instagram merupakan media sosial online yang dirilis pada tahun 2010 yang memiliki pasar yang tinggi di Indonesia, hal tersebut karena fitur untuk membagikan gambar-gambar dan video yang dapat dibagikan dengan cepat dan gratis. Demikian pula facebook

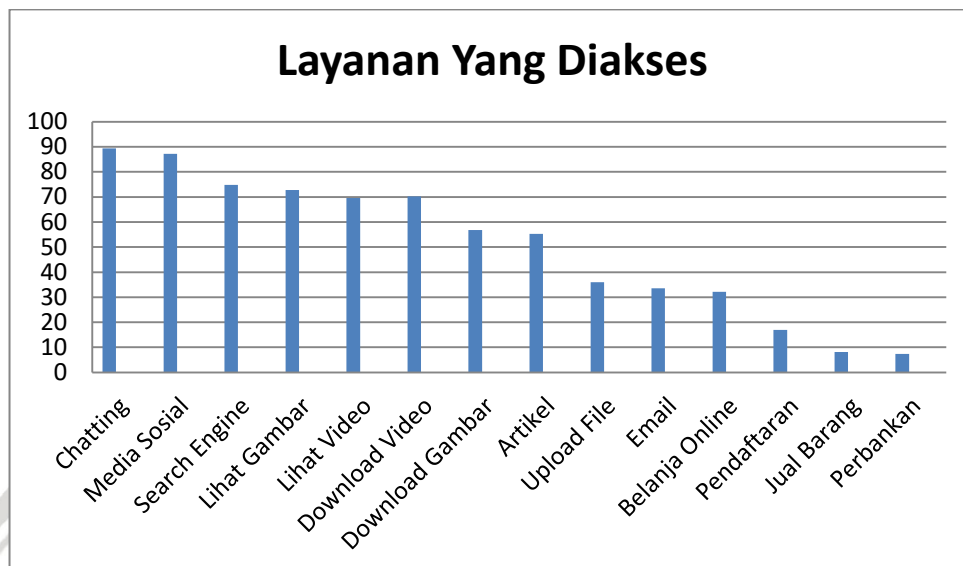
layanan media sosial yang dirilis pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg juga memiliki pengguna yang sangat banyak di Indonesia hal tersebut juga karena tawaran layanan chatting dan berbagi foto dan video yang sangat mudah.

Sebagai bagian dari media sosial online Instagram memiliki pengguna yang banyak di Indonesia. Menurut survei dari APJII mengenai penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia tahun 2017, media sosial menempati peringkat kedua sebagai aplikasi internet yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan tingkat penggunaan 87,13% dari seluruh pengguna internet di Indonesia.

Demikian pula facebook sebagai salah satu bagian dari media sosial yang juga memiliki pengguna banyak di Indonesia. Pengguna facebook di Indonesia menempati peringkat keempat sebagai pengguna facebook terbanyak di dunia. Berdasarkan data Internet World Stat, jumlah pengguna Facebook di tanah air pada 2017 mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari total populasi.⁴³ Facebook menjadi yang paling tinggi lantaran layanan yang ditawarkan oleh facebook seperti chatting, berbagi foto dan video yang akhirnya menjadikan facebook sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak di Indonesia.

⁴³ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/04/11/berapa-jumlah-pengguna-facebook-di-indonesia>, diakses pada 30 Juli 2018 pukul 15.52.

Tabel 4.4 Layanan Yang Diakses Masyarakat

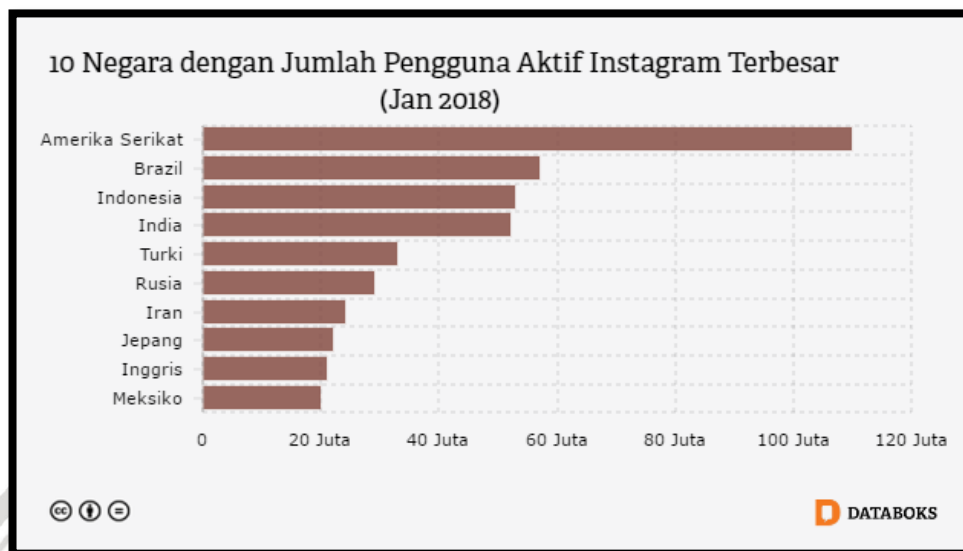


(Sumber: *wearesocial.net*, 2018)

Berdasarkan survey dari *wearesocial.net* dan hootsuite Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai negara dengan pengguna instagram terbanyak setelah Amerika Serikat dan Brasil. Survey tersebut dilakukan pada awal 2018 dan menghasilkan data bahwa Indonesia menjadi negara ketiga pengguna instagram terbanyak dengan jumlah pengguna kurang lebih sekitar 55 juta.

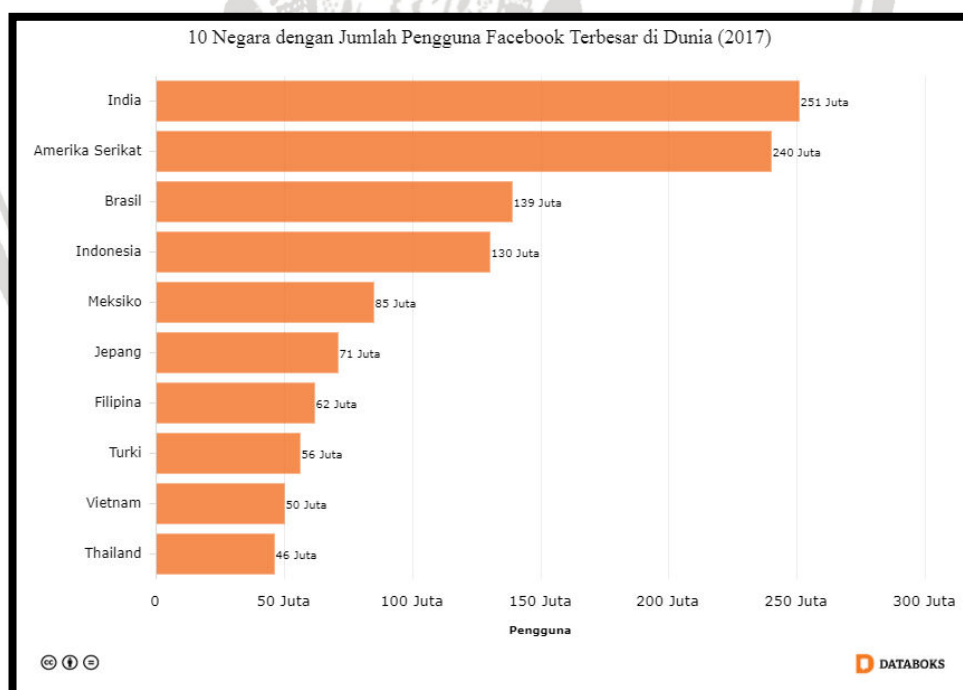
Demikian dengan facebook, menurut survei dari Internet World Stats pengguna media sosial facebook di Indonesia menempati peringkat keempat dunia dengan total pengguna aktif kurang lebih sekitar 130 juta penduduk.

Gambar 4.2 10 negara pengguna instagram terbesar



(Sumber databokskata data.co.id)

Gambar 4.3 10 Negara Pengguna Facebook Terbanyak



(Sumber: Databoks kata data.co.id)

Hasil survey tersebut membuktikan bahwa Indonesia sebagai negara berkembang memiliki masyarakat yang mulai melek terhadap teknologi yang ada dan aktif dalam media sosial online.

4.3 Jenis Isu Yang Tersebar

Isu adalah suatu keadaan ketika ada ketidaksesuaian antara organisasi dengan harapan publik yang apabila diabaikan berdampak merugikan bagi organisasi.⁴⁴ Menjelang pemilihan umum 2019 jenis isu yang bergulir adalah dengan menebar ujaran kebencian di media sosial. Isu tersebut disebarkan oleh oknum di media sosial dan kemudian masyarakat sebagai pengguna media sosial juga menyebarkan isu tersebut tanpa tau kebenaran isu tersebut apakah isu tersebut fakta atau tidak.

Ujaran kebencian yang terjadi di media sosial online khususnya facebook dan instagram terhadap Presiden Joko Widodo tentu tidak terlepas dari isu yang disebarluaskan. Isu yang disebarluaskan jika tidak ditangani secara cepat dan tepat maka akan mempengaruhi masyarakat luas. Lembaga riset dan survei Charta Politika melakukan survei mengenai “Konstelasi Elektoral Pilpres dan Pileg 2019 Pasca Deklarasi Prabowo Subianto”.

Dalam survei tersebut terdapat jenis-jenis isu yang sering digunakan untuk melawan presiden Joko Widodo menjelang Pilpres 2019 survei tersebut dilakukan pada tanggal 13-19 April 2018. Isu-isu tersebut

⁴⁴ Prayudi. 2008. Manajemen Isu Pendekatan Public Relations. Pustaka Adipura: Yogyakarta.

diantara lain dilakukan melalui gambar-gambar dan berita yang membahas mengenai keberpihakan rezim Joko Widodo yang dinilai anti terhadap ulama dan keterkaitan antara Presiden Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI) selain isu tersebut juga ada isu mengenai Joko Widodo yang dianggap sebagai antek dari bangsa asing.

Gambar 4.4 Contoh Isu Ujaran Kebencian Kepada Jokowi



(Sumber : Akun Instagram macan.media.id, 2018)

Tanpa adanya isu maka ujaran kebencian tidak akan bertahan lama dan tidak akan teratur. Ujaran kebencian menjelang pemilihan umum 2019 sudah mulai dapat ditemui saat ini di berbagai media sosial online, cukup sekedar menulis kata-kata khusus contoh “Jokowi PKI atau Jokowi Cina” di kolom pencarian yang terdapat di media sosial khususnya facebook dan instagram maka berbagai isu bohong atau ujaran kebencian akan mudah

ditemui. Isu-isu tersebut kebanyakan memang disebar oleh akun-akun palsu atau *buzzer* akan tetapi juga tidak sedikit masyarakat asli atau pengguna facebook dan instagram asli yang ikut menyebarkan informasi-informasi palsu tersebut. Mudahnya penyebaran isu tersebut lantaran masyarakat hanya membutuhkan jaringan internet saja untuk menyebarkan isu-isu tersebut.

Tabel 4.5 Jenis-jenis isu yang tersebar

NO	Jenis Isu	Media Sosial	Penyebar
1.	Keterkaitan antara Presiden Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI).	Instagram	@macanmedia.co.id
2.	Hubungan antara Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan Partai Komunis Indonesia (PKI)	Facebook	Akun D'surya
3.	Presiden Joko widodo yang dikaitkan pro terhadap bangsa asing khususnya china	Instagram	Akun @idhamtaufan
4.	Kegagalan Jokowi sebagai pesiden dengan tuduhan-	Facebook	Akun Aman Hunep

	tuduhan yang tanpa bukti		
5.	Meme atau foto-foto editan yang menghina nama baik Presiden Joko Widodo	Instagram	Akun @pejuang_akhir-official

(Sumber : Diolah Penulis, 2018)

Dari daftar-daftar isu diatas kita dapat melihat bahwa isu-isu yang tersebar di media sosial online khususnya facebook dan instagram tersebut sangat merugikan Joko Widodo. Isu-isu demikian pula yang kemudian dikembangkan menjadi beraneka ragam ujaran kebencian yang ada saat ini.



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Ujaran Kebencian Terhadap Joko Widodo

Dewasa ini penggunaan media sosial digunakan secara bebas sehingga terkadang melampaui batasan yang ada sehingga masyarakat selaku pengguna media sosial melanggar batasan penggunaan media sosial sehingga menjadi pelaku pelanggaran UU no 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik atau biasa disebut dengan UU ITE. Demikian pula yang terjadi terhadap presiden Joko Widodo, dalam media sosial sangat mudah ditemui jenis-jenis ujaran kebencian yang menyerang presiden Joko Widodo.

Ujaran kebencian yang merupakan ucapan yang melanggar hukum dan ditujukan kepada seseorang atau kelompok dengan maksud untuk menjatuhkan, kebanyakan ujaran tersebut menyangkut isu-isu yang berisikan kebohongan⁴⁵ dalam kasus ini ditujukan kepada presiden Republik Indonesia Joko Widodo yang akan mencalonkan dirinya dalam pemilihan presiden 2019.

Dalam penyebaran ujaran kebencian terhadap Joko Widodo di media sosial khususnya instagram dan facebook tentu ada isu yang

⁴⁵ Nockleby, J., "Hate speech", Leonard, W.L. and Kenneth, L.K. (Eds), *Encyclopedia of the American Constitution*, Vol. 3 No. 2, (Macmillan, Detroit, 2000), hal 1277-1279.

ditampilkan yang bertujuan guna mengarahkan ide untuk menjatuhkan lawan, dalam hal ini untuk menjatuhkan Joko Widodo. Ujaran kebencian merujuk pada ekspresi hasutan untuk menyakiti (khususnya diskriminasi, permusuhan, dan kekerasan) terhadap sasaran kelompok sosial atau demografis tertentu, misalnya perkataan yang membela, mengancam, atau mendorong tindak-tindak kekerasan.⁴⁶

Keberadaan ujaran kebencian di media sosial sangat mudah ditemui, bahkan dengan cara sederhana seperti menulis hastag jokowi pki, jokowi antek cina dll di media sosial seperti facebook dan instagram maka akan muncul beraneka ragam ujaran kebencian tersebut. Menurut hasil wawancara dengan Usep S Ahyar selaku direktur dari lembaga riset dan survei Populi Center mengenai keberadaan ujaran kebencian di media sosial memang dapat dikatakan sudah parah dan melampaui batasan.

“Jadi memang sudah parah kalau kita lihat dan kita juga hasil-hasil riset menunjukkan ketika ditanya adakah ujaran kebencian itu atau hoax? Masyarakat juga menyadari secara umum bahwa mereka mengatakan bahwa ini sudah parah apalagi dalam kasus pemilu jakarta kemarin, ini sudah parah dan itu jelas-jelas dimuka umum ada yang berlabel ustad ada yang berlabel intelektual, sarjana dst yang mengatakan ujaran kebencian jelas-jelas terang-terangan di depan umum menyebut orang dengan PKI, dengan sebutan yang tidak disenangi dan itu juga tidak mendasar itu banyak sekali dilakukan. Tapi persoalannya ini juga dilakukan seperti oleh alfian tanjung yang malah bebas itu juga sebenarnya serius atau tidak pemerintah memberantas ujaran kebencian dan ini kan menjadi sebuah pertanyaan. Apalagi kalau arenanya pada momentum pilkada 2019 ujaran kebencian akan semakin subur toh

⁴⁶ Gagliardon, et.al. (2015), *Countering Online Hate Speech*. Paris: UNESCO Publishing

*yang melakukan ujaran kebencian didepan umum dilaporkan ke polisi itu malah dibebaskan seakan akan tidak ada salah.*⁴⁷

Berdasarkan wawancara tersebut, keberadaan ujaran kebencian di media sosial sudah parah keberadaanya bahkan masyarakat juga sudah mengerti bahwa ujaran kebencian di media sosial sangat mudah ditemui bahkan dilakukan oleh tokoh-tokoh publik.

Ujaran kebencian yang terjadi di media sosial online seperti facebook dan instagram tentu mendapatkan perhatian tersendiri di masyarakat. Sesuai dengan teori komunikasi politik agenda setting Maxwell McCombs dan Donald L Shaw bahwa media memiliki peran yang sangat penting dalam membangun opini publik. Media disini merupakan media sosial online seperti facebook dan instagram kemudian pesan yang terkandung didalam media tersebut adalah ujaran kebencian kemudian masyarakat sebagai pengguna media sosial atau konsumen media sosial yang menjadi korban.

Dalam teori komunikasi politik terdapat lima unsur yang membentuk komunikasi politik tersebut yaitu: sumber (komunikator), pesan, media atau saluran, penerima dan efek.⁴⁸ Faktor pertama adalah sumber, dalam kasus ujaran kebencian terhadap Joko Widodo tentu ada sumber yang sengaja membuat isu dan sengaja ingin menjatuhkan citra

⁴⁷ Usep S Ahyar pada 5 Juni 2018 di Populi Center

⁴⁸ Nimmo, Dan-Thomas Unga, *Political Patterns in America: Conflict Representasion and Resolution*, (San Fransisco: WH.Freeman and Company, 1979).

politik presiden Joko Widodo sumber berfungsi untuk memikirkan atau mengkonsep pesan.

Kedua adalah pesan, didalam ujaran kebencian terhadap Joko Widodo pesan tersebut berisikan ujaran kebencian dalam bentuk produk yang kemudian akan disebarkan ke media. Dalam penelitian ini media yang berfungsi adalah media sosial online seperti facebook dan instagram. Kemudian penerima dari pesan ini adalah masyarakat Indonesia secara umum (pengguna media sosial online) dan efek yang muncul adalah masyarakat bisa mempercayai atau tidak ujaran kebencian tersebut.

Permasalahan yang muncul dari ujaran kebencian di media sosial kepada Joko Widodo adalah masih kurangnya literasi yang dimiliki masyarakat Indonesia pada umumnya untuk melakukan penyaringan terhadap berita-berita yang disebarluaskan di media sosial online. Minimnya literasi mengakibatkan masyarakat mudah mempercayai apa saja yang ditampilkan dalam media sosial online tanpa melakukan pengecekan kebenaran isu atau berita tersebut.

“Ya, bisa dibaca data tingkat literasi negara-negara di dunia itu sangat mempengaruhi perkembangan negara-negara dan kita termasuk bangsa dengan tingkat literasi yang masih rendah berkaitan dengan bagaimana sebuah bangsa mencerna informasi tapi disisi lain ada yang mengambil keuntungan di sisi ini ya seperti penguasa oligarki pasti senang dengan situasi masyarakat yang tidak cerdas mereka akan gampang dipengaruhi dengan komoditas materi dan uang dsb. Contoh misalnya indeks persepsi korupsi terbagus kan singapura seluruh praktik-praktik apapun tidak berkaitan dengan korupsi sedangkan kita kekuasaan itu

banyak ditransaksikan kemudian masyarakat yang kurang informasi dipengaruhi dengan berbagai hal atau dimanfaatkan dengan berita hoax, ujaran kebencian yang mereka tidak sempat menscreening informasi sehingga bisa dengan mudah mempercayai berita-berita hoax secara tidak langsung ini berkaitan dengan bangsa kita yang indeks literasinya masih sangat rendah.”⁴⁹

Dari hasil wawancara tersebut dapat dipahami bahwa tingkat literasi yang masih rendah mengakibatkan masyarakat masih dengan mudah menerima informasi yang masuk atau dapat dikatakan kebanyakan masyarakat Indonesia masih menelan mentah-mentah berita-berita yang disebarluaskan di media sosial online khususnya mengenai ujaran kebencian terhadap Presiden Joko Widodo bahkan tidak sedikit masyarakat yang akhirnya harus berurusan dengan hukum karena mereka diduga ikut menyebarkan ujaran kebencian di media sosial online.

Menurut Pangi Syarwi Chaniago selaku direktur eksekutif lembaga riset dan survei Voxpol Center, yang menjadi korban dari ujaran kebencian di media sosial adalah masyarakat itu sendiri. Masyarakat yang kurang memiliki pemahaman untuk membedakan kritik dan menyebar kebencian dan hanya mengandalkan sisi emosional akhirnya terjerat dengan UU ITE.

Tabel 5.1 Daftar Ujaran Kebencian Terhadap Joko Widodo

No.	Contoh Ujaran Kebencian	Media Sosial	Pelaku
1.	Keterkaitan antara	Instagram	Akun Instagram atas

⁴⁹ Ahmad TW Wibowo pada 10 Juni 2018 di Poltracking Indonesia.

	Presiden Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI).		nama Abdallah_ibnu_zaky
2.	Hubungan antara Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (PDIP) dengan Partai Komunis Indonesia (PKI).	Facebook	Akun facebook atas nama D'surya
3.	Menyamakan Jokowi dengan setan dengan membawa agama.	Facebook	Akun facebook atas nama Munia Sani
4.	Keterkaitan era pemerintahan Joko widodo dengan pasukan negara china	Facebook	Akun facebook atas nama Sugiono Notonegoro
5.	Meme atau gambar-gambar editan mengenai Joko Widodo yang terggolong pencemaran nama baik	Instagram	Akun Instagram atas nama youngpolitics_

(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

5.2 Pola Ujaran Kebencian terhadap Joko Widodo

Ujaran kebencian yang terjadi terhadap Joko Widodo di media sosial online tentu memiliki pola atau memiliki model dan katakteristik ujaran kebencian tersebut. Pola ujaran kebencian tersebut mengatur jenis, isi atau konten ujaran kebencian dan penyebarannya tanpa ada pola maka ujaran kebencian tersebut tidak akan dapat bertahan lama.

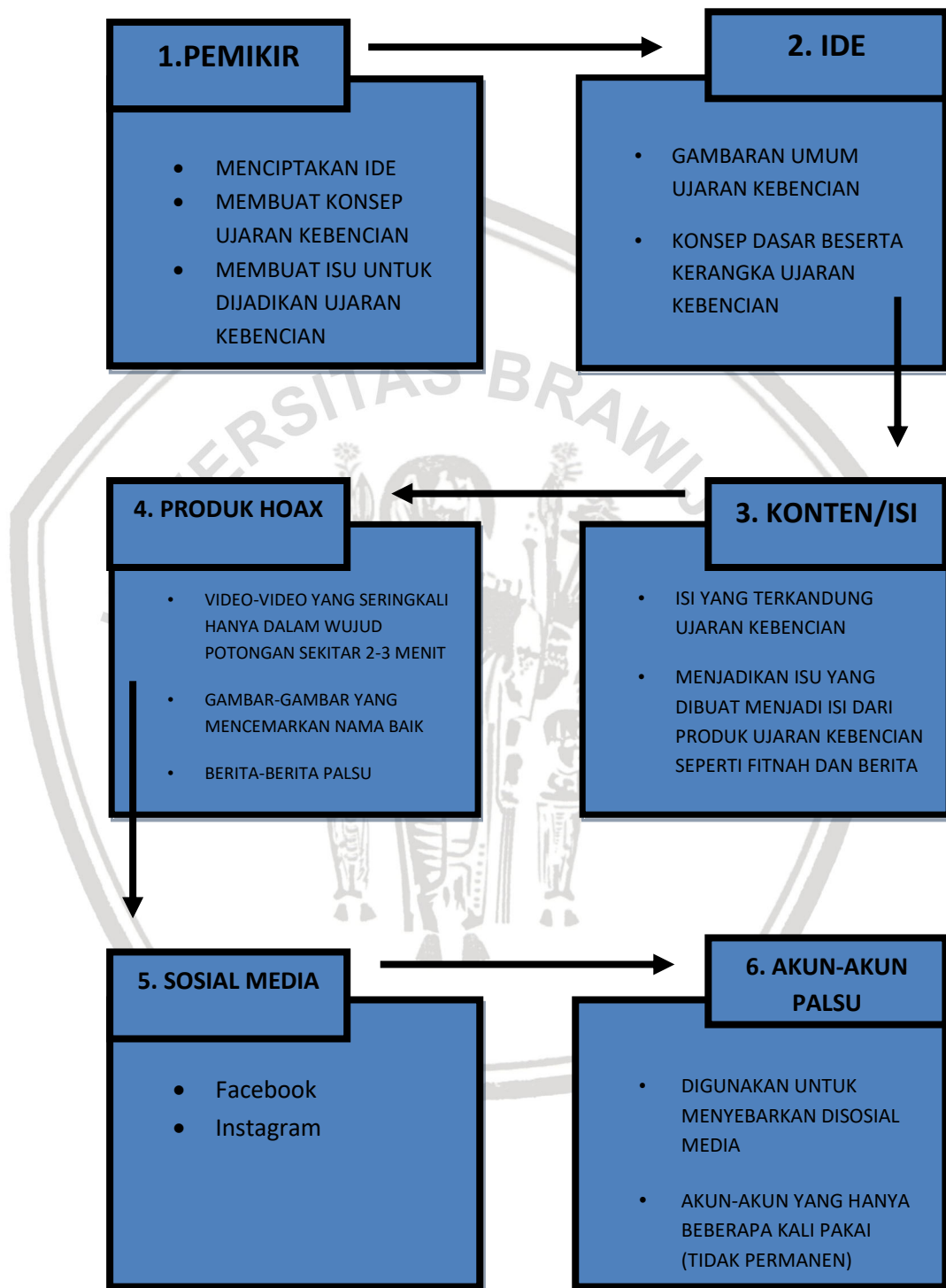
“Polanya adalah pertama ada pemikirnya kemudian mereka menciptakan ide atau landasan kemudia direproduksi menjadi konten kemudian konten ini direproduksi menjadi produk digital apakah berita hoax, video atau meme kemudian produk hoax ini didistribusikan melalui sosial media dan pada umumnya menggunakan akun-akun yang tidak bertanggung jawab seperti kemarin yang soal saracen jadi polanya seperti itu.”⁵⁰

Menurut Ahmad TW Wibowo selaku direktur program dan operasional Poltracking Indonesia Ujaran kebencian di Indonesia sudah menjadi sebuah produk politik yang sengaja dibuat. Ketika ada produk berarti ada pembuat oleh karena itu dalam kasus penyebaran ujaran kebencian di Indonesia ada dan secara sengaja pembuat hoax atau dapat disebut industri hoax, seperti kasus saracen.

Pola yang terjadi dalam penyebaran ujaran kebencian terhadap Joko Widodo adalah pertama ujaran kebencian ini telah menjadi sebuah produk politik yang berarti ujaran kebencian ini sengaja dilakukan oleh kelompok-kelompok tertentu dan memiliki pasar atau pengguna jasa pembuat ujaran kebencian.

⁵⁰ Ahmad TW Wibowo pada 10 Juni 2018 di Poltracking Indonesia

Tabel 5.2 Pola Ujaran Kebencian di Media Sosial



(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Didalam penyebaran ujaran kebencian di media sosial terdapat pemikir yang berfungsi untuk memikirkan ide, isi atau konten dari ujaran kebencian sebelum menjadi bentuk dan disebarluaskan jadi pemikir adalah inti dari penyebaran ujaran kebencian di media sosial. Pemikir bertugas untuk membuat dan memikirkan konsep secara matang sehingga proses-proses selanjutnya hanya eksekusi.

Pemikir ini merupakan tokoh sentral atau awal mula ujaran kebencian ini dibuat dan sebelum disebarluaskan di media sosial online seperti Facebook dan Instagram. Didalam industri politik pemikir merupakan orang pintar yang bisa membuat isu sesuai dengan apa yang terjadi di masyarakat.

Tabel 5.3 Tahap penyebaran ujaran kebencian



(Sumber : Diolah Penulis, 2018)

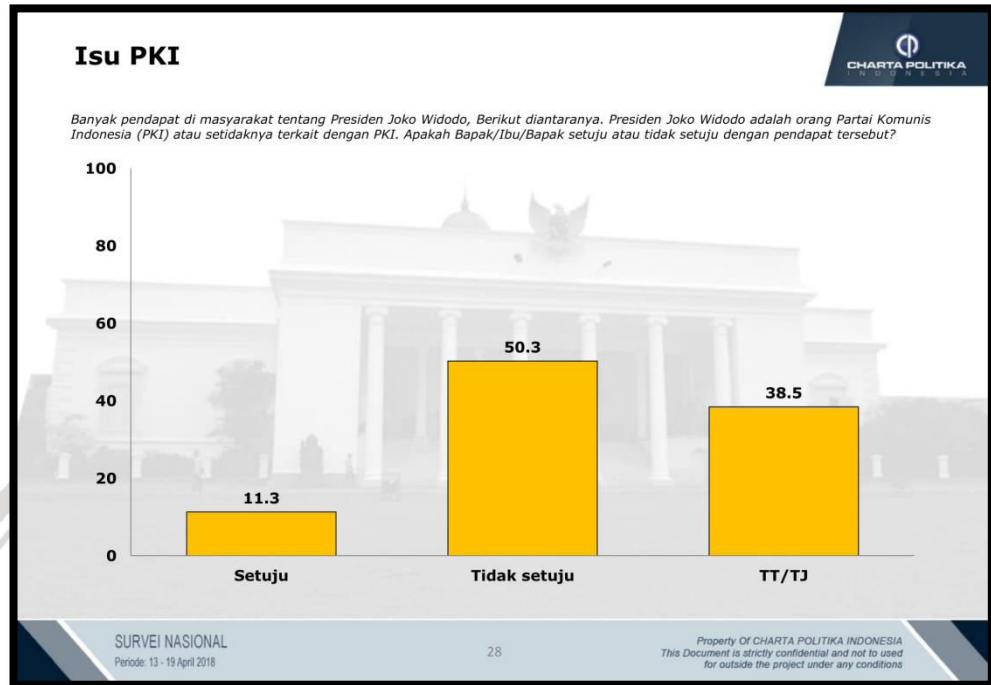
Tahap Kedua dari pola ujaran kebencian di media sosial setelah adanya pemikir adalah munculnya ide. Ide yang ada berisikan gambaran-gambaran umum atau konsep beserta kerangka konsep yang akan direalisasikan dalam wujud konten atau isi dari ujaran kebencian tersebut.

Ketiga adalah konten atau isi, konten atau isi dari ujaran kebencian merupakan hasil dari pemikir atau pembuat dan merupakan realisasi dari ide. Konten atau isi dari ujaran kebencian yang terjadi di media sosial khususnya facebook dan instagram dibuat dalam wujud gambar dan video namun seringkali dalam wujud gambar.

Berdasarkan hasil survey dari lembaga survey Charta Politika yang dilakukan pada tahun 2018 mengenai Konstelasi Elektoral Pilpres dan Pileg 2019 Pasca Deklarasi Prabowo Subianto dengan periode survei 13-19 April 2018 diketahui bahwa salah satu isu kebohongan yang diangkat untuk menjatuhkan Joko Widodo adalah menggunakan isu kedekatan Presiden Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI).

Survei tersebut juga memantau seberapa tinggi tingkat kepercayaan masyarakat kepada isu kebohongan kedekatan Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI), melalui survei tersebut diketahui bahwa mayoritas responden tidak percaya dengan isu tersebut namun masih ada beberapa persen masyarakat yang mempercayai isu tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial online memegang peranan yang penting dalam membawa atau menggiring opini masyarakat. Melalui berita-berita, video dan visual yang disebarluaskan di media sosial online maka publik dengan literasi yang masih rendah dapat mempercayai hal-hal tersebut tanpa menyaring kebenaran informasinya terlebih dahulu.

Gambar 5.1 Isu kepada Joko Widodo



(Sumber: Hasil Survei Nasional Charta Politika)

Tahap ketiga dari pola ujaran kebencian di media sosial adalah konten atau isi dari ujaran kebencian tersebut. Konten atau isi merupakan kelanjutan dari tahapan kedua atau ide, konten merupakan isi yang terkandung atau pesan yang terkandung dalam sebuah media penyampai isi tersebut bisa dalam bentuk visual, audio dll. Konten atau isi adalah bagian inti didalam ujaran kebencian yang terjadi di media sosial saat ini, konten penting karena tanpa adanya konten atau isi maka sebuah ujaran kebencian akan tanpa arah dan tujuan selain itu konten atau isi juga memiliki peran yang penting dalam penggiringan opini masyarakat.

Melalui penelitian yang peneliti lakukan di media sosial terpilih (Facebook dan Instagram) peneliti juga mendapatkan informasi mengenai berapa banyak ujaran kebencian yang terjadi di media sosial. Jumlah ujaran kebencian yang terjadi di kedua media sosial tersebut akan peneliti jelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.4 Jumlah Ujaran Kebencian

No	Jenis Isu Ujaran Kebencian	Facebook	Instagram	Total
1.	Hubungan Joko Widodo dengan PKI	1040 Post	365 Post	1105 Post
2.	Isu Joko Widodo yang merupakan antek asing	668 Post	100 Post	768 Post

(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Data diatas merupakan jumlah ujaran kebencian di kedua media sosial yaitu Facebook dan Instagram terhitung mulai tahun 2018. Jika ditarik mundur maka total ujaran kebencian terhadap Joko Widodo bisa semakin banyak, sesuai data dari Indonesia Indicator jumlah ujaran kebencian kepada Joko Widodo di media sosial jika ditotal bisa mencapai 96000 ujaran kebencian dan isu yang sering diangkat adalah dua isu diatas.

Pola keempat dalam ujaran kebencian yang terjadi di media sosial adalah sebuah produk hoax. Produk hoax dapat berbentuk audio, visual, video, pesan dll dalam kasus ujaran kebencian terhadap Joko Widodo di media sosial produk hoax yang mudah atau sering ditemui adalah dalam wujud visual atau gambar. Didalam produk hoax (gambar, video, audio, dll) sudah terdapat konten atau isi yang terkandung didalamnya.

Produk hoax ini merupakan produk yang sengaja diciptakan untuk menimbulkan keresahan dan suasana terpecah belah diantara masyarakat produk hoax yang termasuk ujaran kebencian ini diciptakan untuk mengganggu kenyamanan masyarakat.

Gambar 5.2 Contoh Gambar Ujaran Kebencian Terhadap Jokowi



(Sumber: Akun facebook Luchi Sulistyowati, 2018)

Tahapan kelima dari pola ujaran kebencian di media sosial adalah media sosial sebagai tempat penyebaran ujaran kebencian itu sendiri. Ujaran kebencian yang sudah berbentuk produk entah dalam wujud visual atau audio disebarluaskan dalam media sosial sebagai media penyalur produk ujaran kebencian tersebut. Dalam proses pemilihan sosial media yang akan digunakan untuk penyebaran ujaran kebencian juga terdapat pertimbangan-pertimbangan untuk memilih sosial media yang akan digunakan, dalam pertimbangan pemilihan sosial media yang akan digunakan ada beberapa faktor yang dijadikan pertimbangan diantaranya adalah :

1. Media sosial dengan pengguna terbanyak
2. Tingkat pendidikan pengguna media sosial
3. Tingkat usia pengguna media sosial
4. Proses penyebaran yang mudah
5. Cepat atau lambat nya isu yang disebarkan

Media sosial menjadi ladang yang subur bagi perkembangan ujaran kebencian di Indonesia karena mudahnya proses penyebaran di media sosial dan banyaknya pengguna media sosial khususnya facebook dan instagram maka dua hal ini yang menjadi inti mengapa media sosial online khususnya Facebook dan Instagram menjadi tempat penyebaran ujaran kebencian terhadap Joko Widodo. Aktor penyebar ujaran kebencian di Facebook dan instagram bukan oranmg tidak berpendidikan. Menurut Usep S Ahyar selaku salah satu peneliti Populi Center aktor penyebar

ujaran kebencian di media sosial merupakan orang pintar yang mengerti bagaimana kondisi masyarakat sehingga ia dapat dengan mudah membuat isu yang sesuai dengan kondisi masyarakat terkini sehingga dapat dengan mudah menjadi *viral* atau cepat mendapat perhatian masyarakat luas.

“kalau jaman sekarang peran media sosial sangat besar karena pada saat ini hampir semua orang terkoneksi dengan media sosial kalau dulu penyebaran sebuah isu kan lama sebelum era sosial media. Berbeda dengan sekarang, ada opini atau isu apa viralnya atau menyebarnya sangat cepat sehingga opini apapun bisa dengan cepat menyebar yang ujungnya bisa mempengaruhi persepsi publik atau pandangan-pandangan publik terhadap berbagai hal politik, ekonomi, sosial budaya dll.”⁵¹

Gambar 5.3 Contoh Video Ujaran Kebencian di Media Sosial



(Sumber: Akun Facebook Kornas Prabowo, 2018)

⁵¹ Ahmad TW Wibowo pada 10 Juni 2018 di Poltracking Indonesia

Tahap terakhir dalam pola ujaran kebencian yang terjadi di media sosial adalah akun-akun palsu atau yang lebih dikenal dengan sebutan *buzzer* sebagai penyebar ujaran kebencian di media sosial yang sudah dipilih. Akun-akun palsu ini digunakan untuk menyebarkan ujaran kebencian di media sosial, penyebaran ujaran kebencian dengan menggunakan akun-akun palsu ini sengaja dilakukan oleh oknum-oknum yang melempar batu sembunyi tangan. Akun-akun ini juga dibuat oleh oknum-oknum untuk diperdagangkan dan penyebarannya dilakukan menggunakan akun-akun tersebut secara mudah.

Dibawah ini merupakan hasil penelitian peneliti mengenai akun-akun yang tergolong sering dan masih aktif menyebarkan ujaran kebencian terhadap Joko Widodo. Akun-akun tersebut juga tergolong memiliki jumlah pengikut atau *followers* yang dapat dikatakan banyak. Akun-akun ini juga seringkali menjadi jembatan kepada akun-akun penyebar ujaran kebencian lainnya.

Tabel 5.5 Akun Penyebar Ujaran Kebencian Kepada Jokowi

No.	Nama Akun	Isu Yang Diangkat	Jumlah Pengikut
1.	@sr23_official	Fitnah kepada Joko Widodo dalam bentuk gambar dan berita palsu	60000 pengikut
2.	@bela.agama	Fitnah kepada Joko	133000 pengikut

		Widodo dalam bentuk gambar	
3.	@macan.media.idn2019	Fitnah dalam bentuk berita palsu	3415 pengikut
4.	@metro.tivu_	Fitnah kepada Joko Widodo dalam bentuk gambar dan video singkat	19400 pengikut

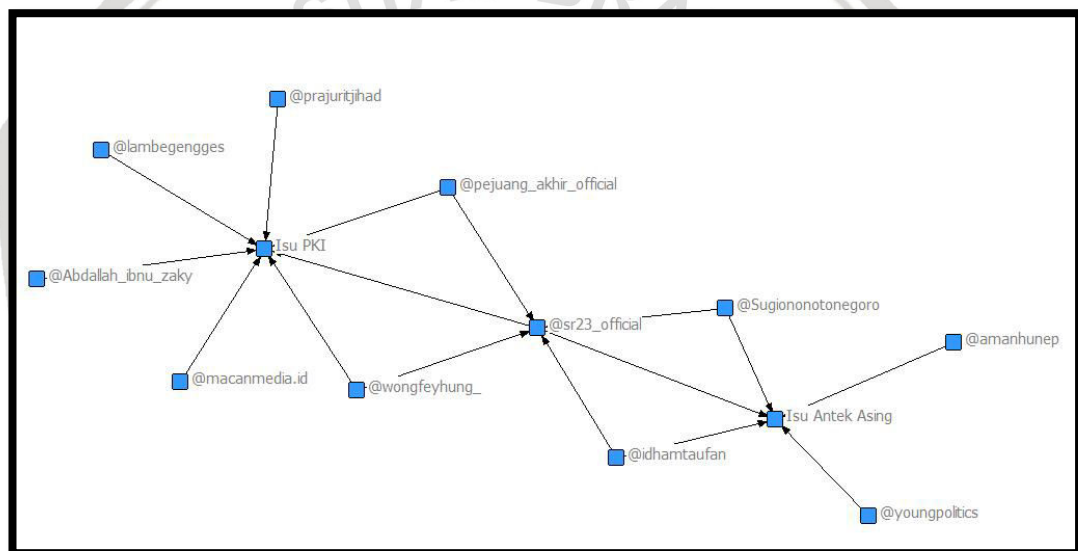
(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Akun-akun diatas tersebut merupakan akun yang tergolong inti dalam menyebarkan ujaran kebencian di media sosial khususnya Instagram. Akun-akun tersebut juga memiliki hubungan satu sama lain dimana rata-rata sari mereka saling mengikuti (*follow*) satu dengan yang lain. Selanjutnya peneliti akan membahas mengenai relasi antara isu yang tersebar dengan akun-akun yang menyebarkan ujaran kebencian di media sosial Facebook dan Instagram.

Dalam penelitian ini terkait pola penyebaran ujaran kebencian di media sosial Facebook dan instagram, penulis juga menggunakan aplikasi UCINET yang digunakan untuk mengkategorikan oknum-oknum penyebar ujaran kebencian dengan isu yang disebarkan. Melalui UCINET juga dapat dipahami relasi atau hubungan antara satu akun dengan akun lain dan isu satu dengan isu yang lain. UCINET merupakan aplikasi pengolah data yang digunakan untuk meneliti atau mencari hubungan atau relasi antara

satu dengan yang lain, dewasa ini UCINET banyak digunakan untuk keperluan penelitian yang melibatkan media sosial online dimana terdapat isu-isu yang diangkat dan akun-akun yang menyebarkan isu-isu tersebut. Dalam menggunakan UCINET untuk mengetahui relasi antar akun-akun di instagram maka peneliti membuat bagan atau tabel yang kemudian di proses menggunakan UCINET.

(Gambar 5.4 Hasil UCINET)



(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Dari hasil UCINET tersebut dapat diketahui bahwa pola penyebaran ujaran kebencian yang terjadi di media sosial Instagram dan facebook khususnya dalam isu keterkaitan Joko Widodo dengan Partai Komunis Indonesia (PKI) dan keterkaitan Joko Widodo dengan isu antek asing dapat diketahui bahwa masih ada hubungan antara kedua isu tersebut dimana akun instagram @sr23_official memiliki peran utama dalam

penyebaran isu ini. Akun instagram bernama @sr23_official dikatakan memiliki peran yang sentral karena akun tersebut memiliki hubungan dengan beberapa akun penyebar ujaran kebencian dengan 2 isu tersebut. Dapat dilihat pada gambar 5.3 bahwa akun instagram @sr23_official berada di posisi tengah dan menghubungkan antara akun-akun yang menyebarkan isu PKI dengan akun-akun yang menyebarkan isu antek asing.

Jika dikaitkan dengan tabel analisis jaringan komunikasi maka dalam kasus ini akun instagram @sr23_official memiliki peran star sekaligus liaison. Akun tersebut dikatakan memiliki peran star karena akun sr23_official memiliki peran yang penting dan sentral dalam penyebaran ujaran kebencian ini dan akun tersebut juga dikatakan memiliki peran sebagai liaison karena akun ini sebagai penghubung dimana akun tersebut menyebarkan kedua isu ujaran kebencian tersebut. Sedangkan akun-akun lain dalam kasus ini memiliki peran sebagai isolate yaitu sebagai akun akun yang tidak memiliki jaringan atau yang hanya sedikit jaringan.

(Tabel 5.6 Contoh aktor penyebar ujaran kebencian)

No.	Nama Aktor	Atribut
1.	@sr23_official	Fitnah dalam bentuk gambar
2.	@macan.media.id	Fitnah dalam bentuk gambar
3.	@idhamtaufan	Fitnah dalam bentuk video
4.	@sugiononotonegoro	Fitnah dalam bentuk video

5.	@amanhunep	Fitnah dalam bentuk gambar dan berita palsu
----	------------	---

(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Tabel diatas merupakan sebagian aktor yang menyebarkan ujaran kebencian terhadap Joko Widodo. Dalam tabel tersebut dijelaskan kategori atribut penyebaran ujaran kebencian di media sosial dimana atribut tersebut merupakan model ujaran kebencian yang disebar di media sosial. Penyebaran ujaran kebencian kepada Joko Widodo terjadi di semua golongan atribut.

5.3 **Respond Komunitas Politik Joko Widodo terhadap Ujaran Kebencian**

Ujaran kebencian terhadap Joko Widodo yang terjadi di media sosial facebook dan instagram jika dibiarkan maka cepat atau lambat akan berpengaruh terhadap turunnya elektabilitas Joko Widodo. Walaupun untuk saat ini dampak secara langsung belum seberapa terasa oleh kubu Joko Widodo akan tetapi ujaran kebencian tersebut memiliki potensi untuk menurunkan elektabilitas. Seperti yang disampaikan oleh Ahmad TW Wibowo bahwa ujaran kebencian jika dibiarkan akan memiliki potensi atau kemungkinan menurunkan elektabilitas Joko Widodo. Oleh karena itu perlu adanya *treatment* atau penanganan terhadap ujaran kebencian yang terjadi di Facebook dan Instagram, penanganan tersebut dilakukan oleh komunitas politik Joko Widodo.

Komunitas politik disekitar Joko Widodo merupakan partai-partai (koalisi) atau organisasi yang mendukung Joko Widodo, melihat kasus ujaran kebencian terhadap Joko Widodo di media sosial online Facebook dan Instagram maka komunitas politik disekitar Joko Widodo melakukan penanganan agar ujaran kebencian yang menyebar di media sosial online tersebut tidak merusak dan mengganggu elektabilitas Joko Widodo menjelang pemilihan umum 2019 nanti.

Ada beberapa respon penanganan yang dilakukan oleh komunitas politik disekitar Joko Widodo untuk menangani kasus ujaran kebencian yang terjadi di media sosial online khususnya facebook dan instagram. Diantaranya adalah:

1. Memblokir akun-akun penyebar ujaran kebencian
2. Melaporkan akun penyebar ujaran kebencian kepada pihak yang berwajib
3. Mengedukasi masyarakat agar tidak mudah mempercayai berita-berita yang belum terbukti kebenarannya
4. Mengadakan klarifikasi baik secara langsung maupun tidak langsung

Respon pertama yang dilakukan oleh komunitas politik disekitar Joko Widodo adalah dengan melaporkan dan memblokir akun-akun yang menyebarkan ujaran kebencian di media sosial Facebook dan Instagram. Dengan melaporkan dan memblokir akun-akun penyebar berita hoax dan

fitnah terhadap Joko Widodo maka akun-akun yang digunakan untuk menyebarkan ujaran kebencian akan diblokir oleh pihak facebook atau pihak instagram, cara memblokir akun-akun penyebar ujaran kebencian di media sosial adalah cara yang paling mudah dan bisa dilakukan oleh siapa saja pengguna media sosial tersebut.

Respon kedua yang dilakukan oleh komunitas politik disekitar Joko Widodo dalam menanggapi kasus ujaran kebencian terhadap Joko Widodo didalam media sosial facebook dan instagram adalah dengan melaporkan akun-akun penyebar ujaran kebencian tersebut kepada pihak yang berwajib (polisi) akan tetapi mulai tahun 2018 ini ada platform baru yang khusus digunakan untuk melaporkan ujaran kebencian dan diskriminasi yaitu kabarkan.org. Tindakan melaporkan akun-akun atau individu-individu yang menyebarkan ujaran kebencian kepada pihak yang berwenang dinilai cukup efektif karena semenjak awal tahun 2018 sudah ada beberapa oknum yang tertangkap oleh pihak kepolisian.

Penanganan ketiga dari komunitas politik disekitar Joko Widodo adalah dengan cara mengedukasi atau mendidik masyarakat dalam menggunakan media sosial. Pemberian pendidikan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai tata cara menggunakan media sosial dengan bijak akan menjauhkan masyarakat dari ujaran kebencian yang ada. Melalui pemberian pemahaman maka masyarakat akan tidak mudah percaya dan cenderung menghindari konten-konten yang berbau ujaran kebencian di media sosial Facebook dan Instagram. Edukasi ini penting

dilakukan karena masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial Facebook dan Instagram sangat banyak dan dengan tingkat literasi yang rendah sehingga rawan terpengaruhi berita-berita hoax yang ada di Facebook dan Instagram.

Respon keempat yang dilakukan oleh komunitas politik disekitar Joko Widodo dalam menangani ujaran kebencian adalah dengan mengadakan klarifikasi tentang isu yang menerpa Joko Widodo. Contoh klarifikasi yang dilakukan adalah saat Presiden Joko Widodo berpidato pada acara pembagian sertifikat tanah di Bogor 6 Maret 2018, didalam pidatonya Joko Widodo menyampaikan bahwa dirinya sering dikaitkan dengan isu PKI (Partai Komunis Indonesia) sedangkan Joko Widodo lahir tahun 1961 dan PKI bubar pada tahun 1965 “apa ada PKI balita?” ucapan tersebut secara tidak langsung merupakan respon yang dilakukan oleh Joko Widodo untuk mengatasi isu yang menerpa dirinya walaupun upaya klarifikasi tersebut dilakukan secara tidak langsung dengan menggunakan kesempatan dalam pidato tersebut.

Dengan adanya penanganan-penanganan ini maka diharapkan ujaran kebencian akan tidak memiliki pengaruh terhadap elektabilitas Joko Widodo menjelang pemilihan presiden 2019 nanti.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas bahwa dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah bahwa

1. Pola ujaran kebencian di media sosial terhadap Joko Widodo dimulai dengan adanya pemikir yang bertugas untuk menciptakan ide, membuat konsep dan isu yang kemudian dituangkan dalam ide yang merupakan gambaran umum dan kerangka konsep. Tahap selanjutnya adalah pembuatan konten atau isi dari ujaran kebencian yang dijadikan produk *hoax* berupa gambar, berita palsu dan video yang berisikan ujaran kebencian. Produk *hoax* tersebut kemudian disebar di sosial media Facebook dan Instagram dengan menggunakan akun-akun yang kebanyakan palsu atau terkenal dengan istilah "*buzzer*".
2. Respon dari komunitas politik disekitar Presiden Joko Widodo dalam menanggapi ujaran kebencian yang menyerang presiden Joko Widodo di media sosial Facebook dan Intagram adalah pertama memblokir akun-akun penyebar ujaran kebencian di media sosial kemudian melaporkan akun penyebar ujaran kebencian kepada pihak berwajib. Selain memblokir dan melaporkan ujaran

kebencian yang menyerang Joko Widodo komunitas politik disekitar Presiden Joko Widodo juga mengedukasi masyarakat agar tidak mudah mempercayai segala bentuk ujaran kebencian. Respon terakhir adalah dengan mengadakan klarifikasi secara langsung.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki beberapa saran yaitu :

1. Dengan adanya persoalan diatas peneliti mengharapkan lebih banyak akademisi, peneliti, dan masyarakat yang mengkaji tentang ujaran kebencian yang ada di media sosial khususnya dalam bidang ilmu politik demi pengembangan keilmuan.
2. Ujaran kebencian yang terjadi di media sosial seperti facebook dan instagram telah banyak mempengaruhi persepsi publik. Perlu ada pendidikan politik bagi masyarakat agar masyarakat tidak mudah mempercayai bentuk-bentuk kampanye gelap di era modern ini.
3. Komunitas politik disekitar Joko Widodo perlu menangani kasus ujaran kebencian yang terjadi di media sosial dengan cepat dan tepat karena ujaran kebencian berpotensi untuk menurunkan elektabilitas Joko Widodo menjelang pemilu 2019. Penanganan yang dilakukan oleh komunitas politik disekitar Joko Widodo harus lebih digencarkan menjelang pemilihan presiden 2019.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- A.A Sahid Gatara, *Ilmu Politik Memahami dan Menerapkan*, (Bandung:Pustaka Setia, 2009).
- Gagliardon, et.al. (2015), *Countering Online Hate Speech*. Paris: UNESCO Publishing
- Gun Gun Heryanto, Irwa Zarkasy, *Public Relations Politik*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012).
- Hadari, Nawawi, *Metode Penelitian Sosial*. (Yogyakarta: UGM Press, 1995).
- Hafied cangara, *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*, (Jakarta:Rajawali pers, 2016).
- Harris, Kardi, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta:Gramedia, 1999).
- Herz, M. and Molnar, P. (Eds), *Cardozo Law Review*, (Cambridge University Press, Cambridge, MA).
- Jonathan Sarwono, *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu, 2006).
- Krisyantono, Rachmat, *Teknik Praktisi Riset Komunikasi*, (Jakarta:Kencana, 2012).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung:PT Remaja Rosdakarya, 2014).
- Lievrouw, L & Livingstone, S, *Handbook of new media*, (Chennai: Sage Publications, 2006).
- Lisa, Harrison, *Metodologi Penelitian Politik*, (Jakarta:Kencana, 2009).
- Lynda lee kaid, *Handbook of political communication research*, (New Jersey:Lawrence Erlbaum Associates.Publishers, 2004).

- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis*. (California: Sage Publications, 2014) hal. 31-33.
- M.Hariwijaya, Triton.P.B, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, (Yogyakarta:Tugu Publisher, 2007).
- McCombs, Maxwell E, *Setting the agenda for agenda setting research : An assessment of the priority ideas and problems in mass communication review yearbook*.1979.
- McNair, Brian, *An Introduction to Political Communication*, (New York-London: Routledge Taylor & Francis Group, 2003).
- Miriam Budiardjo, *Dasar-Dasar Ilmu Politik*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2008).
- Nimmo, Dan-Thomas Unga, *Political Patterns in America: Conflict Representasion and Resolution*, (San Fransisco: WH.Freeman and Company, 1979).
- Nockleby, J., "Hate speech", Leonard, W.L. and Kenneth, L.K. (Eds), *Encyclopedia of the American Constitution*, Vol. 3 No. 2, (Macmillan, Detroit,2000), hal 1277-1279.
- P, Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 2006).
- Prayudi. 2008. *Manajemen Isu Pendekatan Public Relations*. Pustaka Adipura: Yogyakarta.
- Rosenfeld, M, "*Hate speech in constitutional jurisprudence: a comparative analysis*", in, 2003.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung :Alfabeta, 2008).
- Surakhmad, Winarno, *Penelitian-penelitian ilmiah*, (Bandung:Penerbit Tarsito, 1998).
- Uber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial* , (Bandung:PT Refika Aditama, 2012).

Jurnal:

Gumilar Rusliwa, Soemantri, *Memahami Metode Kualitatif*, (Jurnal Sosial Humaniora Universitas Indonesia, 2005), Vol.9 No.2.

Iftikhar Alam, Roshan Lal Raina, Faizia Siddiqui (2016). *Free vs hate speech on social media: the Indian perspective*. Journal of Information, Communication and Ethics in Society. Vol. 14 Issue: 4, pp.350-363.

Jenny Madestam, Lena Lid Falkman, (2017) "Rhetorical construction of political leadership in social media", Journal of Organizational Change Management, Vol. 30 Issue: 3, pp.299-311.

Kirk, Jarome & Marc L. Miller, *Reliability and Validity in Qualitative Research*, (Beverly Hills: Sage Publication, 1986), Vol.1.

Leticia Bode, David S. Lassen, Young Mie Kim, Dhavan V. Shah, Erika Franklin Fowler, Travis Ridout, Michael Franz, (2016) "Coherent campaigns? Campaign broadcast and social messaging", Online Information Review, Vol. 40 Issue: 5, pp.580-594.

Nockleby, J. 2000. "Hate speech", Leonard, W.L. and Kenneth, L.K. (Eds), *Encyclopedia of the American Constitution*, Vol. 3 No. 2, Macmillan, Detroit.

Website :

Wirdyaningsih. Permasalahan Black campaign dalam Pemilihan Umum. <http://law.ui.ac.id/v2/buletin/opini/60-permasalahan-black-campaign-dalam-pemilihan-umumwawancara-dengan-wirdyaningsih-sh-mh>. Diakses pada 28 Desember 2017 pukul 07.30.

Black Campaign, diakses dari <http://www.leadership-park.com/new/more-about-u/blackcampaign.html>. Diakses pada 28 Desember 2017 pukul 08.00.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/20/berapa-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>, diakses pada 15 Juni 2018 pukul 14.00

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>. diakses 12 Juli 2018 pukul 14.14 WIB.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/04/11/berapa-jumlah-pengguna-facebook-di-indonesia>, diakses pada 30 Juli 2018 pukul 15.52.

